

REPRESENTASI MASYARAKAT URBAN DALAM VIDEO KLIP TAKUT KARYA IDGITAF (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Irwanda Ridho Rizki; Rino Andreas

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

Abstrak

Video klip adalah sebuah video pendek yang menggabungkan musik dengan gambar visual sebagai pelengkap. Video merupakan salah satu media yang baik untuk menyampaikan pesan yang dapat mempengaruhi persepsi dan definisi orang tentang realitas sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan representasi kehidupan masyarakat urban pada video klip Idgitaf – Takut. Objek yang diteliti adalah video klip Idgitaf – Takut karena dalam video klip tersebut menampilkan representasi masyarakat urban di Kota Jakarta. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengungkap seperti apa representasi masyarakat urban yang ditunjukkan dalam video klip Idgitaf – Takut. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil dari penelitian, video klip Idgitaf – Takut merepresentasikan bagaimana kehidupan masyarakat urban sebagai masyarakat pekerja yang difasilitasi oleh beragam infrastruktur yang modern, namun terdapat fenomena seperti kesenjangan, kemiskinan, polusi udara, kemacetan, alienasi, konsumerisme, dll.

Kata kunci: Video klip, Masyarakat urban, Representasi, Semiotika.

Abstract

A video clip is a short video that combines music with visual images as a complement. Video is a good medium for conveying messages that can influence people's perceptions and definitions of social reality. The aim of this research is to explain the depiction of urban community life in the video clip Idgitaf – Takut. The object studied is the video clip Idgitaf – Takut because the video clip shows a representation of urban society in the city of Jakarta. The formulation of the problem in this research is to reveal what kind of representation of urban society is shown in the video clip Idgitaf – Takut. The research method used is descriptive qualitative with Roland Barthes semiotic analysis. Data collection was carried out using observation and documentation techniques. Based on the results of the research, the video clip Idgitaf – Takut represents how urban society lives as a working community which is facilitated by various modern infrastructure, but there are phenomena such as inequality, poverty, air pollution, traffic jams, etc.

Keywords: Video clip, Urban society, Representation, Semiotics.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media telah menjadi kebutuhan manusia di era globalisasi sekarang ini. Hadirnya *platform* audio visual yang banyak digemari masyarakat seperti *youtube* membuat para musisi harus berinovasi dalam memasarkan lagu-lagu mereka, salah satunya dengan membuat video klip. Video klip atau *music video* adalah sebuah film atau video berdurasi pendek yang menggabungkan musik dari musisi atau grup musik tertentu dengan gambar visual sebagai pelengkap (Encarta dalam Fauziah, 2015). Video klip musik pertama kemungkinan dibuat pada tahun 1894 oleh George Thomas ketika menggabungkan musik dengan gambar pada *slide* kaca yang dirancang untuk dinikmati publik di bioskop (WGBH dalam Moller, 2011). Sejak saat itu industri musik dan video klip berkembang hingga sekarang mengikuti perkembangan teknologi. Pesatnya perkembangan teknologi memungkinkan penduduk dunia untuk melihat dengan jelas peristiwa di luar wilayah mereka tanpa harus pergi ke sana (Abbas, 2003).

Melalui gambar dan suara, video merupakan salah satu media yang baik untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Video bertindak sebagai cara baru untuk menyebarkan hiburan konvensional dan menghadirkan cerita, acara, musik, drama, komedi, dan lainnya kepada publik (McQuail, 1987). Banyak musisi yang menggunakan video klip untuk mempromosikan dan mendistribusikan karya supaya dapat disebarluaskan ke berbagai media yang menggunakan format audio visual seperti televisi dan *platform youtube*. Sebagai salah satu media komunikasi massa, video juga mempunyai peran dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat secara audiovisual (Sari, 2016).

Seperti halnya bahasa, video klip juga berkembang menjadi sarana komunikasi yang menunjukkan realitas sosial yang ada di masyarakat. Namun, tidak semua realitas sosial yang ada di masyarakat tergambarkan dalam sebuah video. Pembuat video dapat memilih dan menggambarkan ulang realitas sebagai realitas kedua. Realitas kedua ini digambarkan ulang melalui bahasa dan simbol-simbol yang dikodifikasikan sedemikian rupa (Islami, 2013). Artinya, realitas yang disajikan dalam media, termasuk film, tidak lengkap, melainkan hanya sebagian. Proses kerja media ini disebut representasi. Representasi merupakan hasil dari proses seleksi yang menekankan bagian tertentu dari

realitas dan mengabaikan bagian lainnya (Croteau & Hoynes, 2002). Representasi media massa, termasuk video, dapat memengaruhi cara orang melihat dan memahami realitas sosial (McQuail, 2000).

Sebelum abad ke-18, sistem ekonomi masyarakat di Eropa bergantung pada pertanian. Namun, setelah abad ke-18, mereka mulai menggunakan tenaga mesin sebagai alat produksi di pabrik-pabrik yang menggantikan tenaga manusia. Perubahan ini dikenal dengan revolusi industri (Fajariah & Suryo, 2020). Meskipun demikian, ada pendapat yang berbeda tentang munculnya revolusi industri. Masyarakat industri mengacu pada munculnya revolusi industri yang sering dikaitkan dengan penemuan mesin uap. Revolusi industri sebenarnya diawali dengan penemuan-penemuan di bidang komunikasi, yaitu dengan diterbitkannya Alkitab yang dicetak dengan menggunakan mesin cetak yang dikembangkan oleh Johannes Guttenberg pada tahun 1455 (Straubhaar & LaRose, 2004). Manusia bersifat dinamis, sehingga perubahan selalu terjadi pada diri manusia. Salah satu perubahan yang terjadi secara spasial adalah alih fungsi lahan pertanian menjadi kawasan industri dan pemukiman, yang tentunya berdampak pada proses transformasi pekerjaan dari pertanian ke pekerjaan lain. Hal ini mempengaruhi gaya hidup, mata pencaharian, perilaku dan cara berpikir masyarakat. Perubahan tersebut yang secara perlahan merubah masyarakat agraris menjadi masyarakat industri. Salah satu dampak revolusi industri yaitu munculnya sistem kapitalisme yang disebabkan dengan adanya mekanisme dan regulasi pasar, kemudian munculnya pemilik modal sehingga masyarakat dapat digerakan dengan kebijakan ekonomi tersebut (Fajariah & Suryo, 2020). Jadi dapat disimpulkan bahwa revolusi industri ini menandai munculnya masyarakat urban.

Urban adalah istilah yang menggambarkan karakteristik kota (Sapari, 1993). Hal ini sesuai dengan pernyataan Raharjo yang menegaskan bahwa istilah urban berasal dari proses urbanisasi dan memiliki dua pengertian. Pertama, urbanisasi adalah proses pengkotaan, khususnya proses pembangunan atau pengemembangan suatu daerah, khususnya desa. Kedua, urbanisasi adalah perpindahan penduduk dari desa ke kota. Sedangkan dari segi dinamikanya, masyarakat urban adalah masyarakat yang lahir dari proses modernisasi (Sapari, 1993). Masyarakat urban adalah masyarakat yang hidup di dekade terakhir abad 20 yang dapat menyebar ke berbagai penjuru dunia untuk menikmati keberadaannya (Gidden dalam Rismawati, 2022). Representasi dari

masyarakat urban dapat kita lihat di berbagai media, salah satunya dalam video klip Idgitaf – Takut.

Dilansir dari *hits.zigi.id* Brigita Sriulina Meilala atau yang lebih akrab dikenal dengan Idgitaf merupakan seorang musisi kelahiran Tangerang, 26 Desember 2000. Setelah sukses lewat lagu *Takut*, ia merilis sebuah mini album berjudul *Semoga Sembuh* pada Kamis, 20 Januari 2022. Pada tanggal 14 Oktober 2021 lalu, Idgitaf merilis video klip dari lagu miliknya berjudul Takut di platform *youtube*. Video klip tersebut memperlihatkan bagaimana kondisi perkotaan serta kegiatan masyarakat di sana.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya, yang pertama “*Representasi Masyarakat Urban Jakarta dalam Film Jakarta Maghrib*” oleh Mayarani Nurul Islami (2013). Dalam penelitian tersebut terdapat representasi masyarakat urban Jakarta yang diperlihatkan dari sisi modernitas, keramaian kota, dan religiusitas melalui dialog, latar waktu, pemeran, dan *scene*. Yang kedua penelitian oleh Lisa Vancauwenberghe berjudul “*Performing City Urban Discourses and Representation of Italian Cities in The Music Videos of Italian rapper Capo Plaza*”. Dalam penelitian tersebut video klip Capo Plaza tidak memiliki narasi yang jelas, namun representasi kota metropolitan dan masyarakat urban ditampilkan melalui *scene* mobil mewah, kereta, tempat konstruksi, baju *branded*, gedung tinggi, kemiskinan, serta aktivitas masyarakat seperti menjemur pakaian bahkan jual beli narkoba. Persamaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti mengenai representasi masyarakat urban di media sedangkan perbedaannya terletak pada metode analisis yang digunakan. Didasarkan pada judul dan latar belakang penelitian, peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana representasi tentang masyarakat urban dalam video klip Idgitaf – Takut? Bagaimana mitos video klip masyarakat urban berdasarkan analisis barthesian?

1.2. Teori Terkait

1.2.1 Representasi

Penelitian ini dianalisis menggunakan teori representasi, menurut Stuart Hall representasi adalah proses di mana suatu anggota budaya tertentu bertukar makna yang mencakup gambar, bahasa, dan tanda-tanda yang mewakili berbagai kategori tersebut (Hall, 1997). Senada dengan Hall, Menurut John Fiske, representasi adalah proses menyampaikan realitas dalam komunikasi melalui kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasi (Fiske, 1990). Dalam bukunya “*Representation: Cultural Practices and Signifying*” Hall menyatakan bahwa representasi adalah keterkaitan antara makna dan

bahasa dengan suatu budaya (Ahmad, 2009). Hall mengatakan bahwa konsep representasi digunakan dalam proses pemaknaan melalui sistem penanda visual, verbal, dan tertulis (Prasetyo, 2020). Representasi menurut Hall dibagi menjadi dua tahap. *Pertama*, representasi mental yaitu proses dimana pemaknaan diolah menjadi konsep dan dijadikan gambaran dalam pikiran. *Kedua*, representasi bahasa, yaitu proses pemaknaan konsep yang diungkapkan melalui bahasa (Sasmita, 2017).

Lebih lanjut, sistem mental didasarkan pada sistem konsep serta gambar yang terbentuk di dalam pikiran seseorang. Sistem ini memungkinkan seseorang untuk merujuk pada sesuatu yang ada di dalam dan di luar kepala mereka, dan Hall menyebut sistem ini sebagai sistem representasi karena tidak memasukkan konsep individual. Sebaliknya, sistem ini mencakup berbagai cara untuk mengatur, mengklasifikasikan, dan mengkategorikan konsep, serta menjalin hubungan yang kompleks satu sama lain (Wulandari, 2022).

Sistem yang kedua adalah sistem bahasa. Jika seseorang memiliki akses ke bahasa yang sama, mereka dapat bertukar arti, bahasa, dan ide. Karena itu, bahasa termasuk ke dalam sistem kedua yang ikut serta dalam keseluruhan proses pembentukan makna karena peta konsep harus diterjemahkan ke dalam bahasa yang sama sehingga dapat menghubungkan konsep dan ide dengan teks, suara, dan gambar. Seperti orang-orang dari budaya yang sama harus berbagi interpretasi yang sama tentang tanda-tanda bahasa (Wulandari, 2022).

Ada tiga pendekatan untuk representasi menurut Stuart Hall: (1) Pendekatan Reflektif, yaitu makna yang diciptakan oleh manusia melalui konsep, media, dan pengalaman merupakan cerminan dunia secara nyata (2) Pendekatan Intensional, bahasa dan simbol mampu menafsirkan maksud penutur. (3) Pendekatan Konstruksionis, makna dibuat sesuai dengan niat dan tujuan pembuatnya (Mas, 2019). Dengan representasi, makna dan bahasa dapat diciptakan dan dipertukarkan antar manusia. Oleh karena itu, dapat disimpulkan secara singkat bahwa representasi adalah suatu cara untuk menciptakan makna (Athoillah, 2023).

1.2.2 Masyarakat Urban

Masyarakat urban menurut Loius Wirth adalah masyarakat yang mempunyai gaya hidup serta mentalitas perkotaan meliputi ide, sikap, serta kepribadian yang berbeda dengan masyarakat rural (Maharani, 2017). Jadi dapat disimpulkan bahwa orang-orang yang

tinggal di kota atau daerah perkotaan yang menunjukkan ciri-ciri seperti gaya hidup yang lebih modern, identitas sosial yang lebih kompleks, dan pengalaman hidup yang heterogen disebut sebagai masyarakat urban. Permasalahan sosial kompleks yang sering dihadapi masyarakat urban yang sering diangkat ke layar kaca seperti kemiskinan, ketimpangan sosial, dan konflik sosial (Islami, 2013). Masyarakat urban juga memiliki budaya dan cara hidup yang sering dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti globalisasi, teknologi dan perubahan sosial.

Identitas urban dibentuk dari suatu pengamatan citra kota itu sendiri dan hal ini dapat berkembang menjadi sebuah identitas masyarakat urban (Lynch, 1960). Pada dasarnya sebuah kota adalah tempat yang memungkinkan segala kejadian dan peristiwa terjadi (Rowley, 1994). Kuatnya dominasi ekonomi dalam pertumbuhan kota membuat masyarakat urban sering diposisikan sebagai komponen ekonomi yang memiliki mobilitas tinggi (Kukhapan & Napong, 2014).

Masyarakat industri merupakan masyarakat yang telah meninggalkan pertanian sebagai sumber penghasilan utama, kemudian berpindah ke aktivitas di bidang industri modern sebagai mata pencaharian (Muzzammil, 2021). Berdasarkan pernyataan tersebut maka masyarakat urban bisa juga disebut dengan masyarakat industri karena mayoritas masyarakat urban sudah meninggalkan kegiatan agraris dan memilih kegiatan industri modern sebagai mata pencaharian. Masyarakat industri mempunyai karakteristik yang khas karena heterogenitas dan kompleksitas latar belakang setiap individunya. Hal ini memungkinkan masyarakat industri mempunyai sistem sosial yang berbeda dengan masyarakat umumnya. Hubungan dan interaksi yang terjadi antar individu dalam masyarakat, organisasi, komunitas, atau lembaga lainnya disebut sistem sosial. Dalam kenyataannya, sistem sosial menjadi perekat bagi setiap orang yang hidup dalam lingkungan sosial tersebut. (Kistanto, 2008). Giddens dalam *The Constitutions of Society* mengatakan sistem sosial merupakan setiap pola hubungan sosial yang relatif persisten melintasi 'ruang-waktu', dipahami sebagai praktik yang direproduksi (Giddens, 1984).

Berdasarkan pada pernyataan tersebut, terlihat bahwa interaksi yang terjadi di lingkungan masyarakat disebut interaksi sosial. Interaksi sosial inilah yang secara langsung atau tidak langsung membentuk sistem sosial di masyarakat manapun, termasuk masyarakat industri (Muzzammil, 2021). Ferdinand Tonnies mendeskripsikan

masyarakat industri melalui teori *Gameinschaft* dan *Gessellschaft*, atau yang diterjemahkan menjadi Paguyuban dan Patembayan oleh Soekanto. Paguyuban merupakan suatu bentuk kehidupan bersama di mana para anggotanya terhubung melalui hubungan batin yang murni, kodrati dan kekal sedangkan patembayan merupakan ikatan yang bersifat primer dalam waktu singkat, berperan sebagai wujud dalam pemikiran (imajiner) dan memiliki struktur mekanis (Soekanto dalam Muzzammil, 2021).

1.2.3 Analisis Semiotika Roland Barthes

Menurut Sobur (2004), istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani, "Semeion", yang berarti tanda, dan tampaknya berasal dari pengobatan hipokratik atau *asclepiadic*. Secara terminologi, semiotika merupakan bidang ilmu yang berkaitan dengan tanda dan segala sesuatu yang berkaitan dengan tanda, seperti struktur tanda dan tindakan yang digunakan pada tanda (Zoest, 1993). Pakar sastra Teew (1984) mendefinisikan "semiotika" sebagai tindakan komunikasi, dan kemudian menyaringnya menjadi model sastra yang memasukkan semua elemen penting untuk memahami sastra sebagai sarana komunikasi tunggal dalam masyarakat manapun.

Semiology merupakan nama lain semiotika, namun keduanya mempunyai arti yang sama yaitu ilmu mengenai tanda. Baik semiotika maupun semiology sama-sama berasal dari bahasa Yunani "Semeion" yang berarti tanda. Kata semiotika kemudian diturunkan dari bahasa Inggris yaitu "Semiotics". Dalam *Course in General Linguistics*, Ferdinand deSaussure mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang mempelajari mengenai fungsi tanda dalam kehidupan sosial (Fiske, 1990). Jadi dapat disimpulkan bahwa semiotika adalah studi tentang tanda dan bagaimana tanda tersebut bekerja dan menciptakan makna. Semiotika memiliki banyak aplikasi dalam berbagai bidang seperti sastra, periklanan, sinema, dan komunikasi sosial. Dengan memahami tanda dan makna yang terkandung dalam objek atau konteks tertentu, semiotika membantu kita memahami bagaimana masyarakat menyampaikan dan menerima pesan. Dengan mempelajari semiotika, kita dapat memahami bagaimana tanda-tanda kehidupan sehari-hari menciptakan makna dan berperan dalam komunikasi. Semiotika juga membantu menganalisis lebih lanjut pesan-pesan yang disampaikan oleh media, sastra, seni dan budaya.

Sebagian besar orang percaya bahwa semiotika dimulai dengan ilmu linguistik dengan Ferdinand de Saussure (1857-1913) sebagai tokoh utama dalam bidang ini. deSaussure tidak hanya dikenal sebagai Bapak Linguistik, tetapi sering juga disebut sebagai tokoh semiotik dalam bukunya *Cours de Linguistique générale* pada tahun 1916 (Sartini, 2007). Selain deSaussure, banyak tokoh penting dalam sejarah semiotika salah satunya adalah Roland Barthes (1915 – 1980). Semiotika yang dikembangkan oleh Barthes disebut juga sebagai semiotika konotatif (Sartini, 2007). Dalam karya sastra, ia mencari makna lain di balik fenomena struktural tertentu (Zoest, 1993). Penerapannya pun dalam karya sastra tidak terbatas pada analisis secara semiosis saja, tetapi juga menerapkan pendekatan konotatif pada berbagai fenomena sosial dalam masyarakat.

Berbeda dengan deSaussure, Barthes kemudian mengembangkan konsep yang dikenal sebagai "dua tahapan makna". Tahap pertama terdiri dari makna denotatif dan tahap kedua terdiri dari makna konotatif. Barthes menunjukkan bahwa setiap penanda dan petanda memiliki cerita. Barthes tidak hanya menerjemahkan tanda ke dalam berbagai bahasa, tetapi juga memasukkan elemen cerita ke dalam tanda (Amalia, 2020). Barthes mempunyai tiga tahapan dalam mendekonstruksi tanda yang dianalisis, yaitu; denotatif, konotatif, dan mitos dan ideologi sebagai fase akhir yang mencerminkan tanda melalui perspektif budaya tertentu (Kusumastutie & Faturachman, 2004).

Pendekatan semiotika Barthes berfokus pada sejenis tuturan (*speech*) yang disebut sebagai mitos (Budiman, 2011). Denotatif merupakan makna yang sebenarnya, terpampang jelas secara kasat mata. Konotatif merupakan makna yang terkandung dalam tanda-tanda. Sedangkan mitos merupakan hasil dari hubungan makna denotatif dan konotatif yang dipengaruhi oleh sosial dan budaya masyarakat itu sendiri mengenai pemaknaan atas sesuatu (Kusuma & Nurhayati, 2017). Bahasa membutuhkan tingkat signifikasi yang disebut sistem semiologis tingkat kedua (*the second order semiological system*) untuk dapat menjadi mitos (Barthes, 1983). Sistem semiologis tingkat kedua (*the second order semiological system*) dapat disebut sebagai retorik atau konotator–konotator terdiri dari tanda–tanda dalam sistem pertama, sedangkan petanda–petanda dalam sistem pertama dinamakan fragmen ideologi (Barthes, 1981). Setelah itu tanda-tanda pada tingkat pertama berubah menjadi penanda-penanda yang berhubungan dengan petanda-petanda pada tingkat kedua, di mana mitos berakar (Barthes, 1983).

Setiap tuturan baik itu tertulis, verbal, atau visual berpotensi menjadi mitos (Barthes dalam Budiman, 2011).

1.2.4 Oposisi Biner

Diskusi mengenai media dan identitas masih menjadi penting. Hal ini dikarenakan peran media tidak dapat dikesampingkan dalam kehidupan manusia, dan manusia menerima banyak ide dari media yang mereka konsumsi sehingga media memberikan peran yang signifikan dalam pembentukan identitas (Dwifatma, 2018).

Metode pemikiran yang dikenal sebagai oposisi biner menekankan sifat polarisasi dua atau lebih objek. Polarisasi tersebut memicu timbulnya kontradiksi yang menciptakan batasan-batasan di dalam tatanan sosial budaya (Barker, 2004). Levi-Strauss dan Ferdinand deSaussure memperkenalkan cara berpikir oposisi biner ini. Mereka berpendapat bahwa dengan membandingkan hal-hal dan simbol-simbol di sekitar, maka kita dapat memahami kehidupan. Dalam biner-biner ini, terdapat hirarki di mana satu objek dianggap memiliki lebih berkuasa daripada yang lainnya (Hooker & Murphy dalam Allifiansyah, 2017). Oposisi biner dapat mengungkap bagaimana manusia membuat dan memahami makna.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan seperti apa representasi masyarakat urban yang ditunjukkan dalam video klip tersebut. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah evaluasi terhadap struktur sosial dan juga rekomendasi praktisi komunikasi. Pada penelitian ini, fokus peneliti adalah penggambaran masyarakat urban melalui fragmen adegan yang berbeda yang dianalisis melalui metode semiotika.

2. METODE

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memberikan deskripsi yang sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan karakteristik objek tertentu (Kriyantono, 2006). Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang makna dan aspek pengalaman dalam kehidupan manusia dan dunia sosial (Fossey, Harvey, McDermott, & Davidson, 2002). Penelitian kualitatif mempunyai sifat deskriptif, sehingga data yang terkumpul adalah kata-kata atau gambar (Soegiyono, 2011).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Barthes. Penelitian dengan pola paradigma kritis mengungkap dan menganalisis realitas

sosial dengan membahas kesenjangan hubungan sosial yang ada. Penelitian kritis didasarkan pada perspektif teori kritis dan asumsi yang dibangunnya (Halik, 2018). Menurut Lather, ilmu sosial kritis mempunyai komitmen etis untuk mengkritik keadaan saat ini atau *status quo* dan menciptakan masyarakat yang lebih adil (Muhadjir, 2001).

Pendekatan Intertekstualitas juga digunakan untuk memahami bahwa sebuah teks merupakan bagian dari teks-teks lain. Intertekstualitas juga melihat bahwa teks dibentuk berdasarkan sumber tertulis dan tidak tertulis. Teks-teks rujukan yang menjadi sumber disaring berdasarkan motif penulis.

Studi ini menganalisis representasi masyarakat urban kota yang terdapat dalam *scene-scene* video klip Idgitaf – Takut supaya dapat menarik makna denotatif dan konotatif, kemudian menghasilkan mitos dan ideologi dengan analisis semiotika Barthes. Sistem pemaknaan tingkat pertama disebut Denotatif, sedangkan pemaknaan tingkat kedua disebut Konotatif.

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. Signifier | 2. Signified |
| (penanda) | (petanda) |

3. *Denotative sign* (tanda denotatif)

- | | |
|---|--|
| 4. <i>Connotative sign</i> (penanda
konotatif) | 5. <i>Connotative signified</i> (petanda
konotatif) |
|---|--|

6. *Connotative sign* (tanda konotatif)

Objek analisis penelitian ini adalah video klip Idgitaf - Takut yang diunggah di platform *Youtube* pada tanggal 14 Oktober 2021 dengan durasi 5 menit 10 detik. Penelitian akan berfokus pada penggambaran tentang masyarakat urban. Supaya permasalahan tidak berkembang luas dan jauh dari subjek yang menjadi fokus utama, maka subjek dibatasi. Metode *purposive sampling* digunakan untuk mengumpulkan

sampel untuk penelitian ini. Peneliti akan memilih sampel berdasarkan kepentingan penelitian. Peneliti memutuskan bahwa unit analisis akan terdiri dari *scene* yang menunjukkan aktivitas masyarakat urban serta penggambaran kota metropolitan yang digambarkan dalam video klip Idgitaf – Takut. Pengamatan visual pada video klip Idgitaf – Takut akan lebih mudah untuk melihat *scene* mana yang merepresentasikan masyarakat urban.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Teknik observasi mengumpulkan data dengan melihat objek yang diteliti secara langsung atau tidak langsung, sedangkan teknik dokumentasi mengumpulkan data dengan menggunakan informasi yang sudah ada dalam dokumen. Dengan memilih serta mengumpulkan adegan-adegan dalam video klip Idgitaf – Takut yang didalamnya terdapat adegan yang memperlihatkan masyarakat urban.

Peneliti menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer diambil dari video klip Idgitaf – Takut sehingga data yang akan diambil berupa gambar-gambar yang ada dalam video klip. Sumber data sekunder didapatkan dari buku-buku, jurnal, artikel, internet, dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan triangulasi teori dengan membandingkan dua teori untuk menguji validitas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti meninjau hasil dan diskusi representasi masyarakat urban dalam video klip Idgitaf - Takut. Berikut hasil analisis menggunakan tiga tahap semiotika Barthes yaitu denotasi, konotasi, dan mitos atau ideologi.

3.1 Hasil

Lagu Takut karya Idgitaf menceritakan seorang remaja yang takut menjadi dewasa karena bingung memilih langkah serta menentukan arah dan tujuan dari banyak hal yang dia mimpikan. Rasa takut menjadi dewasa ini juga muncul karena pola pikir remaja yang belum dewasa. Makna dari lagu Takut karya Idgitaf juga didukung dengan video klip yang memperlihatkan kehidupan orang-orang dewasa di Kota Jakarta. Dalam video klip Idgitaf - Takut, orang-orang yang sudah dewasa digambarkan sebagai orang-orang yang sudah mandiri atau sudah bekerja. Penggabungan antara lagu serta video klip tersebut seakan menceritakan bahwa orang-orang yang sudah dewasa ini adalah

orang-orang yang dulunya mengalami ketakutan yang sama, namun pada akhirnya harus mereka hadapi meskipun pekerjaan yang mereka lakukan tidak sesuai dengan mimpi-mimpinya pada saat remaja dulu.

Dalam video klip Takut karya Idgitaf, masyarakat urban digambarkan sebagai masyarakat pekerja yang didukung dengan beragam infrastruktur modern serta bergantung pada teknologi di kehidupan mereka. Dibalik modernitas dan kemajuan yang dialami oleh masyarakat urban, muncul berbagai fenomena sosial seperti kesenjangan, kemiskinan, polusi udara, kemacetan, alienasi, konsumerisme, dll.

Pesan representasi masyarakat urban disampaikan melalui beragam *shot* atau pengambilan gambar dan *angle* atau sudut pengambilan gambar. Faktor manusia, ruang, waktu, peristiwa dramatik, dan suara adalah beberapa faktor yang perlu diperhatikan saat mengambil gambar. Sedangkan sudut pengambilan gambar mempunyai lima macam yaitu *bird eye*, *high angle*, *eye level*, *low angle*, dan *frog eye* (Bonafix, 2011). Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi pesan yang ingin disampaikan. Sedangkan masyarakat urban sering ditampilkan dengan sudut pengambilan gambar *eye level*.

Masyarakat urban dalam video klip Idgitaf - Takut diambil menggunakan beragam *frame size* atau ukuran gambar. Namun ukuran gambar yang paling mendominasi adalah *long shot*, *close up*, *medium close up*, dan *medium shot*. *Scene* dengan ukuran gambar *long shot* mengambil gambar objek penuh dengan latar belakangnya, hal ini untuk menonjolkan bahwa masyarakat urban adalah masyarakat yang hidup di daerah urban atau kota. *Scene* dengan ukuran gambar *close up* mengambil gambar objek dari batas kepala hingga bagian leher, teknik ini digunakan untuk memperjelas masyarakat urban sebagai objek yang menjadi sorotan. Ukuran gambar *close up* juga digunakan untuk menampilkan ekspresi dari masyarakat urban serta Idgitaf. *Scene* dengan ukuran gambar *medium close up* mengambil gambar objek dari kepala hingga dada untuk menegaskan profil seseorang. Dalam video klip Idgitaf - Takut, teknik ini digunakan untuk memperjelas pekerjaan seseorang. *Scene* dengan ukuran gambar *medium shot* digunakan untuk mengambil gambar masyarakat urban sebagai objek.

Karakteristik struktur sosial masyarakat urban menurut Daldjoeni antara lain; (1) Heterogenitas sosial, (2) Hubungan yang sekunder, (3) Kontrol atau pengawasan yang sekunder, (4) Mobilitas sosial, (5) Toleransi sosial yaitu masyarakat berdekatan secara

fisik namun jauh secara sosial, (6) Sukarela bergabung ke dalam komunitas yang disukai, (7) Individualis, (8) Segregasi keruangan yang menyebabkan munculnya wilayah-wilayah tertentu seperti wilayah Cina, Arab, elit, kumuh, dan lain-lain (Ardiansyah, 2022). Berdasarkan kutipan tersebut maka peneliti telah mereduksi dan mengkategorisasikan data sebagai aspek fisik, aspek sosial, dan aspek psikologis. Berikut penjelasannya:

3.1.1 Aspek fisik

Representasi urban secara fisik dalam video klip Idgitaf – Takut dapat dilihat dari banyaknya bangunan gedung kantor, gedung-gedung besar, pusat perbelanjaan, ruang publik, MRT, transportasi umum, beragam fasilitas umum, ruang terbuka hijau, jalan raya dan jalan layang. Suatu kota memang didesain sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakatnya, termasuk ruang publik. Namun desain suatu kota juga harus disesuaikan karena desain arsitektur dapat mempengaruhi kesehatan mental manusia (Azizah, 2016). Mengembangkan ruang publik yang baik dapat membantu mencapai kesehatan mental yang baik di tengah kehidupan kota yang sibuk dan menuntut.



Gambar 1. Monumen selamat datang

Video klip Idgitaf - Takut tersebut berlatar di Kota Jakarta, hal ini terlihat pada scene dari video klip Idgitaf – Takut yang memperlihatkan monumen selamat datang dan transportasi umum bajaj sebagai salah satu ikon Kota Jakarta. Terdapat denotasi *signifier* dari scene Idgitaf yang ingin naik bajaj dan seseorang yang berjalan sambil membawa *shopping bag* dengan latar monumen selamat datang. Konotasi dari *scene-scene* tersebut adalah setiap kota akan mengalami pembangunan dan perkembangan, namun setiap kota juga tetap mempunyai ikon atau ciri khasnya masing-masing. Mitos dari gambar tersebut adalah bajaj dan monumen selamat datang merupakan ikon Kota Jakarta. *Scene* tersebut menggunakan teknik *long shot* untuk menegaskan kawasan urban sebagai latar belakang.

Status Jakarta sebagai ibu kota Indonesia memengaruhi diskusi tentang masyarakat urban di kota tersebut. Jakarta yang sebelumnya dikenal sebagai Batavia, didirikan sebagai pusat perdagangan selama kolonialisme Belanda. Jakarta kemudian berkembang menjadi pusat perdagangan, ekonomi, dan pemerintahan di bawah kekuasaan Inggris. Akibatnya, terjadilah penggabungan antara elit pemerintah daerah dan elit perdagangan di kota (Evers & Korff, 2002). Presiden Soekarno menyatakan dirinya sebagai juru bicara rakyat Indonesia dan melakukan politik populis sekitar tahun 1960. Presiden Soekarno menjadikan Jakarta sebagai pusat mobilisasi. Setelah itu, banyak monumen dan bangunan besar dibangun untuk menyatukan semua orang Indonesia. Sekarang Jakarta menjadi simbol persatuan antara negara dan rakyatnya (Kusno, 2009).

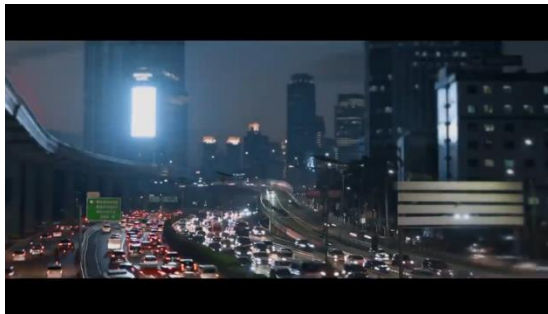
Dapat dilihat dalam video klip Idgitaf – Takut kesibukan Kota Jakarta dan beragam kegiatan masyarakat urban Jakarta dalam usaha memenuhi kebutuhan hidupnya, namun peneliti hanya mengambil beberapa sampel *scene* saja. Denotasi *signified* dalam *scene* tersebut adalah kegiatan jual beli yang dilakukan masyarakat urban. Konotasinya adalah kegiatan ekonomi masyarakat urban guna memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari. Mitos dari gambar diatas adalah pasar tradisional merupakan tempat jual beli yang murah, cocok dengan masyarakat Indonesia terlebih lapisan menengah kebawah (Malano, 2013).

Abidin Kusno menjelaskan bahwa yang akan membangun Jakarta adalah penguasa negara (Islami, 2013). Selama Orde Baru, Presiden Soeharto membuat Jakarta menjadi pusat pembangunan negara, dan Ali Sadikin mendeklarasikan kota itu sebagai kota metropolitan dan modern (Islami, 2013). Karena sejarah tersebut, Jakarta menjadi kota yang penuh dengan kegiatan sosial ekonomi hingga sekarang seperti yang ditampilkan dalam hampir keseluruhan video klip Idgitaf – Takut.

Terdapat *scene* dengan denotasi *signified* orang yang sedang bermain *skateboard* di ruang publik dan ruang terbuka hijau yang berada di antara gedung – gedung tinggi. Konotasi yang muncul adalah ternyata Kota Jakarta tidak hanya dipenuhi dengan gedung – gedung tinggi saja. Mitosnya adalah Kota Jakarta memperhatikan kehidupan masyarakatnya.

Jakarta telah melalui berbagai perencanaan tata ruang kotanya. Sampai muncul rencana Induk Djakarta 1965-1985, rencana tata ruang Jakarta lebih ditekankan kepada

fungsi – fungsi kota sebagai hasil tuntutan kebutuhan perkembangan sosial ekonomi, sosial budaya, dan fisik Jakarta (Abimanyu & Sujarto, 1994). Globalisasi juga mempengaruhi ekonomi, politik, sosial budaya, serta fisik sebuah kota. Kebutuhan sarana dan prasarana Kota Jakarta semakin meningkat seiring dengan perkembangan yang terjadi. Ruang publik adalah salah satu elemen kota yang berfungsi sebagai tempat interaksi sosial masyarakat, meskipun secara komersial tidak terlalu menjanjikan karena aktivitas sosial tidak dapat dipungut pajak secara berlebihan (Darmawan, 2007). Ruang terbuka hijau dan ruang publik meliputi sarana prasarana pejalan kaki, transportasi umum, kegiatan informal, serta ruang evakuasi bencana sesuai dengan fungsi suatu wilayah kota sebagai pusat pelayanan sosial ekonomi dan pertumbuhan wilayah (Darmawan, 2007).



Gambar 2. Beberapa infrastruktur yang ada di Jakarta

Denotasi *signified* dari gambar 2 adalah beberapa infrastruktur yang ada di Kota Jakarta. Konotasi dari beberapa infrastruktur yang ada di Jakarta ini menunjukkan bahwa Jakarta sebagai pusat pembangunan mengalami perkembangan yang jauh lebih modern daripada kota – kota lainnya di Indonesia. Mitos yang muncul dari konotasi tersebut adalah Jakarta merupakan kota yang maju serta masyarakatnya adalah masyarakat urban yang modern. *Scene* tersebut menggunakan teknik *angle bird view* yang menampilkan kemacetan di Kota Jakarta, seolah memberikan gambaran bahwa Kota Jakarta adalah kota yang penuh sesak sehingga menimbulkan perasaan yang kurang nyaman bagi penonton. Namun terdapat *scene* lainnya yang menggunakan *angle frog eye* yang memberikan kesan bahwa Kota Jakarta adalah kota yang besar dan megah.

Pembangunan yang berpusat di Jakarta serta banyaknya arus investasi dari luar membuat Jakarta harus mempunyai tata ruang yang baik, cara – cara pendekatan, dan teknologi pengembangan kota yang serba canggih supaya dapat mengakomodir

peluang-peluang ekonomi dan sosial politik tersebut. Pembangunan dan perkembangan yang berpusat di Jakarta dapat dilihat dalam video klip Idgitaf – Takut melalui representasi gedung-gedung tinggi, jalan raya, jalan layang, ruang publik, ruang terbuka hijau, stasiun MRT, Transjakarta, MRT, dan bajaj sebagai transportasi umum yang hanya ada di Jakarta. Representasi tersebut dapat dilihat pada gambar 2.

Namun, konsep pembangunan kota sebagai pusat ekonomi menciptakan sistem yang memungkinkan sekelompok orang untuk dapat melakukan mobilitas yang lebih besar di dalam kota, diperlihatkan dalam video klip melalui penggunaan kendaraan pribadi seperti yang ditunjukkan pada gambar 2. Pertumbuhan kendaraan pribadi perkotaan melebihi pertumbuhan alat angkutan umum karena daya beli masyarakat lebih besar. Pada gambar 2 dapat dilihat juga kemacetan menjadi salah satu masalah yang dialami oleh masyarakat urban.

Terdapat *scene* yang menampilkan modernitas Kota Jakarta dengan denotasi *signified* berupa MRT dan Transjakarta sebagai transportasi umum di Jakarta. Konotasi dari gambar tersebut adalah MRT dan Transjakarta menjadi identik dengan Kota Jakarta karena transportasi tersebut hanya ada di Jakarta. Mitos yang muncul adalah mobilitas masyarakat urban Jakarta lebih mudah karena mempunyai transportasi umum yang canggih.

Masyarakat urban cenderung *mobile* dalam memenuhi aktivitas sehari-hari. Masyarakat urban sering diposisikan sebagai komponen ekonomi yang mempunyai mobilitas tinggi, sehingga mobilitas merupakan salah satu faktor yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Mobilitas erat kaitannya dengan dinamika ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, dan psikologi masyarakat (Pedersen, 2009). Dapat dilihat pada gambar 2 bahwa masyarakat perkotaan sangat mengandalkan transportasi untuk mobilitasnya, sehingga kebutuhan akan kendaraan dan infrastruktur seperti jalan raya sangat tinggi. Karena masyarakat urban adalah masyarakat yang *mobile*, sehingga mereka sangat mengandalkan mobilitas dalam kegiatan sehari-hari. Hal tersebut kemudian difasilitasi oleh pemerintah dengan diadakannya beragam transportasi umum. Dalam video klip tersebut moda transportasi umum yang diperlihatkan di video klip Idgitaf - Takut adalah Transjakarta, MRT, dan Bajaj.



Gambar 3. Anak – anak muda yang sedang berinteraksi juga tidak lepas dari *smartphone*

Denotasi *signified* dari gambar diatas adalah masyarakat urban sudah lekat dan tidak bisa lepas dari teknologi. Konotasi yang muncul adalah masyarakat urban merupakan masyarakat yang modern. Mitosnya adalah masyarakat urban adalah masyarakat yang hidupnya bergantung pada teknologi. Menurut *pewresearch.org* orang dewasa di pedesaan mempunyai kemungkinan yang lebih kecil untuk memiliki ponsel pintar, tablet, atau komputer tradisional dibandingkan orang dewasa di perkotaan. Scene tersebut diambil menggunakan *angle frog eye* yang memberikan kesan bahwa teknologi adalah sesuatu yang berkuasa.

Masyarakat urban juga sudah lekat dengan teknologi dan modernisasi, terlihat dari bagaimana mereka tidak lepas dari *smartphone* dan infrastruktur yang canggih seperti MRT, eskalator, dan lain – lain yang ditampilkan dalam video klip Idgitaf - Takut. Marx, dan kemudian Benjamin, menggunakan istilah metaforis "phantasmagoria" untuk menjelaskan elemen komoditas yang fantastik dan ilusif. Secara khusus, Benjamin memperluas konsepnya dan menunjukkan bahwa kota modern adalah seperti komoditas yang menarik, Benjamin menemukan ilusi dari modernisasi dan kemajuan (Moore, 2016). Kota modern tidak lagi sekedar wujud material tetapi juga mengandung mimpi-mimpi modernitas dan kemajuan. Pendekatan phantasmagoria untuk representasi perkotaan adalah pandangan kota yang berakar dari impian, kemudian menghasilkan potret kota yang diidealkan dan ditata. Misalnya, aspek besar urbanisme terletak pada keinginannya untuk memodernisasi dan berubah (Vancauwenbergh, 2019).

Modernisasi juga diperlihatkan dalam video klip Idgitaf – Takut melalui representasi gedung – gedung yang tinggi, jalan raya, jalan layang, lampu – lampu kota, transportasi umum, tata kota, ruang publik, serta kemajuan teknologi. Jennifer Robinson

berpendapat bahwa kota-kota di dunia dinilai berdasarkan standar kota-kota di barat, seakan “mengglobal” merupakan satu-satunya tujuan adanya kebijakan (Kukhapan & Napong, 2014). Kuatnya dominasi ekonomi dalam pertumbuhan kota membuat masyarakat urban sering diposisikan sebagai komponen ekonomi yang memiliki mobilitas tinggi. Setiap kota mempunyai karakteristiknya masing-masing namun memiliki banyak kesamaan termasuk masyarakatnya.

3.1.2 Aspek sosial



Gambar 4. Interaksi manusia sebagai makhluk sosial

Denotasi *signified* dari gambar 4 adalah seorang pria dan seorang wanita yang sedang bergandengan tangan di pinggir jalan. Konotasi yang muncul dari gambar tersebut adalah seorang pria dan seorang wanita yang bergandengan tangan sedang menjalin hubungan asmara. Mitosnya manusia tidak bisa hidup sendiri. *Scene* tersebut diambil menggunakan teknik *medium shot* yang menjadikan pasangan tersebut sebagai objek utama.

Manusia adalah makhluk sosial karena mereka perlu berinteraksi dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, manusia merupakan makhluk yang berkelompok dan berinteraksi. Interaksi tersebut berlangsung baik di dalam kelompok maupun di luar kelompok. Kelompok sosial tersebut kemudian berkembang menjadi masyarakat.



Gambar 5. Pekerja kasar

Dalam video klip Idgitaf - Takut terdapat adegan-adegan yang memperlihatkan aktivitas masyarakat urban yang bekerja sebagai pekerja kasar dan pekerja kerah putih. Konotasi yang muncul dari *scene* tersebut adalah masyarakat urban Jakarta mayoritas adalah pekerja. Mitosnya adalah Jakarta adalah tempat yang tepat untuk mencari kerja. *Scene* tersebut diambil menggunakan *medium shot* yang menjadikan pekerja tersebut sebagai objek utama. Teknik ini juga memberikan kesan bahwa pekerja kasar adalah pekerjaan yang biasa saja.

Dalam video klip Idgitaf – Takut disajikan sudut pandang mengenai aktivitas masyarakat urban sebagai kelas pekerja, yang bekerja dari pagi hingga malam. Marx mengatakan bahwa kelas sosial adalah pelaku utama dalam kehidupan masyarakat. Kelompok orang yang termasuk kelas atas disebut kaum borjuis atau kapitalis, yaitu kelompok orang yang mempunyai modal dan alat produksi serta kelas proletar, yaitu kelas pekerja yang bekerja untuk pemilik alat produksi (Suseno, 2003). Dalam pembagian kelas ini, Karl Marx berpendapat bahwa borjuis melakukan kegiatan ekonomi eksploitatif terhadap proletariat karena borjuis dinilai membeli kekuatan proletariat dengan harga yang tidak sebanding dengan keuntungan yang diperoleh darinya. Menurut Marx, kaum proletarlah yang menjual jasa, tetapi borjuis yang mendapat keuntungan darinya (Hendriwani, 2020). Hal ini menyebabkan kelompok borjuis kurang memperhatikan kesejahteraan kelompok proletar. Namun pada video klip tersebut kelas borjuis tidak ditampilkan. Dalam video klip Idgitaf – Takut hanya diperlihatkan kelas pekerja saja di sepanjang video klip.

Perilaku konsumerisme masyarakat kota dibagi menjadi konsumsi adiktif, konsumsi kompulsif, dan pembelian impulsif (Moningka, 2006). Budaya konsumerisme juga muncul akibat sistem kapitalisme dimana masyarakat akan didorong untuk terus mengkonsumsi. Hal ini diperlihatkan dalam video klip Idgitaf – Takut, pada *scene* sebuah toko yang memberikan diskon sampai 70% untuk menarik minat konsumen. Denotasi *signified* dari adegan tersebut adalah sebuah toko yang mengadakan diskon. Konotasi yang muncul dari diskon adalah harga barang menjadi lebih murah. Mitosnya masyarakat akan tertarik untuk membeli barang diskon meskipun tidak membutuhkan. Budaya konsumtif masyarakat urban bukan hanya sebagai produk perilaku ekonomi, tetapi juga produk budaya yang muncul dari tatanan sistem (Wiraseptya & Suardi, 2019).



Gambar 6. Outlet DIOR

Indonesia terancam dari dua sisi, salah satunya adalah konsumerisme yang latah dalam mengikuti segala bentuk globalisasi. Globalisasi menjadikan konsumerisme sebagai aktivitas sosial yang tidak lagi sekedar melibatkan nilai guna suatu objek (Magnis-Suseno dalam Permana, 2012). Denotasi *signified* dari gambar 6 adalah outlet DIOR yang tampak berada di belakang orang – orang. Konotasi yang melekat dengan merk DIOR adalah sebuah merek fashion yang mahal sehingga muncul mitos bahwa orang yang dapat membeli brand DIOR adalah orang yang kaya. Masyarakat konsumen membeli dan membelanjakan uang berdasarkan prestise dan kebanggaan simbolis daripada fungsi atau nilai guna. Perilaku ini semakin transparan dalam aktivitas konsumsi masyarakat kapitalis saat ini (Permana, 2012). *Scene* tersebut diambil menggunakan *angle frog eye* yang memberikan kesan bahwa DIOR adalah salah satu perusahaan yang mempunyai nilai prestise tinggi.



Gambar 7. Heterogenitas masyarakat urban

Masyarakat urban merupakan masyarakat yang heterogen, artinya mereka adalah masyarakat yang beragam secara bahasa, suku, dan budaya. Denotasi *signified* dari gambar 7 adalah seorang pria dengan pakaian formal yang terlihat seperti *bule*. Konotasi yang muncul adalah banyak tenaga kerja asing di Indonesia. Mitosnya adalah banyak tenaga kerja asing mengambil lapangan pekerjaan yang ada di Indonesia. *Scene*

tersebut diambil menggunakan teknik *medium shot* yang menjadikan orang tersebut sebagai objek utama.

Keberagaman ini disebabkan oleh urbanisasi karena kota adalah pusat pembangunan sehingga banyak masyarakat yang berpindah ke kota untuk mencari pekerjaan serta globalisasi yang memudahkan orang – orang dari luar negeri untuk berpindah dan tinggal di suatu kota di negara lain seperti yang diperlihatkan dalam video klip Idgitaf – Takut serta pada gambar 7. Pada tabel tersebut dapat dilihat seorang pekerja yang tidak memiliki perawakan khas orang indonesia, namun lebih mirip seperti orang dengan ras kaukasoid.



Gambar 8. Pengamen di Kota Jakarta

Majunya sebuah kota tidak lepas dari fenomena kaum marginal. Kaum marginal adalah kaum yang terpinggirkan secara cara berpikir, pola hidup, maupun status sosial (Sumonggo, 2014). Kaum marginal merujuk pada kelompok atau individu di pinggiran atau di luar norma sosial atau struktur masyarakat yang dominan. Mereka sering menghadapi kendala ekonomi, sosial dan politik yang signifikan, serta memiliki akses terbatas ke sumber daya dan peluang yang ada. Contoh kaum marginal atau orang yang terpinggirkan secara sosial termasuk pengemis jalanan, pekerja migran, anak jalanan, pengungsi dan etnis minoritas yang terdiskriminasi. Kaum marginal diperlihatkan sebagai pengamen pada salah satu *scene* dalam video klip Idgitaf – Takut. Denotasi *signified* dari *scene* tersebut adalah dua orang pemuda yang tampak seperti pengamen. Konotasi yang muncul dari pengamen adalah orang – orang pinggiran yang mencari nafkah dengan bernyanyi seadanya. Mitos yang muncul adalah para pengamen termasuk kaum marginal yang mengganggu ketertiban kota. *Scene* tersebut diambil menggunakan *angle frog eye* yang menampilkan latar belakang gedung-gedung tinggi yang megah, namun berlawanan dengan pengamen yang menjadi objeknya.

3.1.3 Aspek psikologis

Kesehatan adalah hal yang penting dalam kehidupan manusia. Pengertian kesehatan menurut World Health Organization (WHO) tahun 1975 adalah keadaan bebas dari penyakit, baik fisik, mental maupun sosial. WHO menyatakan bahwa “tidak ada kesehatan tanpa kesehatan mental”. Kesehatan mental adalah dasar yang memungkinkan orang untuk berpikir, berinteraksi satu sama lain, dan menjalani hidup mereka. Mental yang sehat memiliki banyak kontribusi terhadap kesehatan fisik, yang berdampak langsung pada kualitas hidup seseorang. Kesehatan mental merupakan aspek penting yang terkadang terabaikan. Dibandingkan dengan aspek kesehatan manusia lainnya, kesehatan mental dapat secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi semua aspek kesehatan lainnya (Friedman, 2010). Dalam video klip Takut, Igitaf membawa penonton berjalan-jalan menyusuri Kota Jakarta dari pagi sampai malam. Penonton juga diperlihatkan bagaimana suasana perkotaan serta aktivitas masyarakat urban sehari-hari.

Representasi masyarakat urban juga terdapat pada lirik lagu Igitaf - Takut, berikut penjelasannya:

Tabel 1. Aspek Psikologis

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>“Takut tambah dewasa/ takut aku kecewa/ takut tak seindah yang kukira”</i>	Perasaan takut kalau dewasa tidak seindah yang ia kira.
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotative)	
Bercerita mengenai ketakutan seseorang menuju kedewasaan.	
<i>Connotative Sign</i> (Penanda konotatif)	<i>Connotative Signified</i>
Lirik lagu menjelaskan seseorang yang merasa takut untuk menjadi dewasa	Rasa takut menuju kedewasaan karena khawatir akan dikecewakan.
<i>Connotative Sign</i> (Tanda konotatif)	
Isi pikiran orang yang merasa takut akan kedewasaan.	

Pada awal video klip, terdapat lirik yang berbunyi “*takut tambah dewasa/ takut aku kecewa/ takut tak seindah yang kukira*” menggambarkan kondisi seseorang yang belum dewasa yang khawatir akan dikecewakan realita dibalik maju dan modernnya kehidupan perkotaan. Penggambaran lirik tersebut dalam video klip dengan konsep

berjalan-jalan seakan menceritakan bahwa seseorang harus memulai perjalanan hidupnya menuju kedewasaan walaupun penuh dengan kekhawatiran.

Tabel 2. Reppresentasi

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>“Aku sudah dewasa/ aku sudah kecewa/ memang tak seindah yang kukira”</i>	Orang yang sudah dewasa, sudah kecewa, memang tak seindah yang ia kira.
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotative)	
Bercerita tentang perasaan seseorang yang sudah dewasa.	
<i>Connotative Sign</i> (Penanda konotatif)	<i>Connotative Signified</i>
Lirik lagu menjelaskan seseorang yang merasa sudah merasakan kekecewaan oleh kedewasaan.	Orang yang sudah dewasa dan merasa kecewa.
<i>Connotative Sign</i> (Tanda konotatif)	
Isi pikiran orang yang merasa sudah merasakan ketakutan yang kekecewaan sebagai orang dewasa.	

Menjelang akhir video klip ketika hari mulai malam, terdapat lirik *“aku sudah dewasa/ aku sudah kecewa/ memang tak seindah yang kukira”* menggambarkan setelah perjalanan menuju kedewasaan, seseorang memang harus kecewa dan menerima bahwa realita tak seindah yang dia pikirkan.

Tabel 3. Representasi 3

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>“Engkau tetap bernafas/ meski sering tercekat/ engkau tetap bernafas/ dan langkahmu ’kan terasa bebas/ dan hatimu ’kan terasa bebas/ dan jiwamu ’kan terasa bebas”</i>	Tetap bertahan menjalani masalah hidup.
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotative)	
Bercerita tentang seseorang yang sudah dewasa bertahan menjalani hidup.	
<i>Connotative Sign</i> (Penanda konotatif)	<i>Connotative Signified</i>
Lirik lagu menjelaskan seseorang yang tetap bertahan meskipun menghadapi beragam masalah.	Orang yang sudah dewasa dan merasa kecewa namun tetap ikhlas menjalani kehidupan.

<i>Connotative Sign</i> (Tanda konotatif)
Sikap untuk tetap semangat berjuang.

Lirik “*engkau tetap bernafas/ meski sering tercekat/ engkau tetap bernafas/ dan langkahmu’kan terasa bebas/ dan hatimu’kan terasa bebas/ dan jiwamu’kan terasa bebas*” pada akhir video, seakan menjadi resolusi dan motivasi untuk para penonton supaya tetap semangat menjalani hidup walaupun sudah dikecewakan oleh kehidupan.



Gambar 9. Seseorang yang terlihat sedang stress

Masyarakat urban memang lebih rentan mengalami stress. Hal ini sesuai dengan sebuah makalah berjudul “*Stress factors in modern urban lifestyles: an Indonesian perspective*” dari Soesmalijah Soewondo tahun 1996. Soewondo juga berpendapat bahwa masyarakat yang sudah melalui masa industrialisasi menuju ke masa post-industrial akan mengalami perubahan gaya hidup yang sangat cepat namun mereka belum siap untuk perubahan tersebut. Gaya hidup ini dapat dilihat dari berbagai hal seperti perilaku, hubungan, gaya kerja, penggunaan waktu senggang, pengeluaran, *fashion*, dan kebiasaan makan. Ciri dari gaya hidup masyarakat urban adalah kehidupan yang sangat sibuk, deadline yang harus dipenuhi, beban kerja yang tinggi, keinginan untuk maju, dan persaingan yang ketat. Selain itu makanan masyarakat urban juga berubah karena persediaan makanan dan pola makan. Gaya hidup seperti ini sangat sensitif terhadap stress (Soewondo, 1996).

Hal ini terlihat pada gambar 9 dengan denotasi *signified* seseorang yang memegang dahi, menandakan orang tersebut sedang stress. Konotasi yang muncul adalah orang yang sedang stress mengalami kelelahan secara mental. Mitosnya adalah orang stress adalah orang yang mengalami gangguan mental. *Scene* tersebut diambil menggunakan teknik *medium shot* yang menjadikan orang tersebut sebagai objek utama namun diambil dari *angle* yang lebih tinggi sehingga memberikan kesan iba kepada para penonton. Lirik lagu yang terdapat pada video klip Idgitaf – Takut, juga

menggambarkan seseorang sedang stress karena khawatir akan masa depan di kehidupan modern yang tidak sesuai dengan kemauannya.

Masyarakat kapitalis juga mengalami bentuk penindasan baru yaitu dalam bentuk alienasi pekerjaan. Bekerja juga dapat menjauhkan seseorang dari dirinya sendiri karena menghalangi mereka dari melakukan sesuatu yang mereka sukai. Marx berpendapat bahwa alienasi tidak hanya terdapat pada agama dan negara, tetapi juga relasi sosial antara pekerja dan pemilik modal (Martineau, 2015). Konsekuensi dari adanya dua kelas tersebut adalah alienasi, karena para pekerja terpaksa bekerja untuk para pemilik modal. Hal ini juga merupakan dasar dari alienasi dalam masyarakat kapitalis (Magnis-suseno, 1999).

Alienasi tersebut diperlihatkan dalam video klip Idgitaf – Takut melalui beragam pekerjaan yang dilakukan oleh masyarakat urban untuk memenuhi kebutuhan yang belum tentu mereka ingin lakukan. Denotasi *signified* dari *scene-scene* tersebut adalah beragam pekerjaan yang dilakukan oleh masyarakat urban. Konotasi yang muncul adalah mereka bekerja untuk mencari nafkah. Mitosnya adalah Pekerjaan yang mereka lakukan tersebut belum tentu sesuai dengan kemauan mereka. Seorang pekerja sebenarnya mengalami alienasi ketika melakukan pekerjaan yang tidak sesuai dengan tujuan hidupnya, pekerjaan hanya menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan hidup dan bukan pengungkapan diri (Hendrawan, 2018).

Menurut Baudrillard, proses alienasi yang terjadi pada masyarakat konsumen sama dengan proses alienasi pada mode produksi yang berujung pada proses reifikasi dan fetisisme komoditi (Baudrillard dalam Permana, 2012). Sebagai masyarakat konsumen, orang-orang menjadi soliter, mobile, dan senang berkumpul, misalnya menonton TV bersama keluarga, menonton pertandingan olahraga di stadion, konser, kafe atau bioskop (Baudrillard dalam Permana, 2012).

Pesan representasi yang disampaikan oleh Idgitaf melalui video klip Takut bukanlah cerminan nyata dari kehidupan masyarakat urban yang sebenarnya. Hal ini sejalan dengan argumen Stuart Hall yang mengatakan bahwa representasi adalah proses di mana suatu anggota budaya tertentu bertukar makna yang mencakup gambar, bahasa, dan tanda-tanda yang mewakili berbagai kategori tersebut (Hall, 1997). Hall juga berpendapat bahwa ada tiga pendekatan representasi, salah satunya adalah pendekatan konstruksionis yang mana makna dibuat sesuai dengan niat dan tujuan pembuatnya

(Mas, 2019). Jadi proses pertukaran makna realitas masyarakat urban melalui video klip Idgitaf - Takut menggunakan pendekatan representasi konstruksionis karena pesan yang disampaikan sudah melalui proses kreatif baik penambahan maupun pengurangan dalam penyampaianya, serta pesan yang disampaikan sudah disesuaikan dengan niat dan tujuan pembuatnya.

4. PENUTUP

Kawasan perkotaan atau urban memang didesain sebagai kawasan ekonomi yang didominasi oleh masyarakat urban kelas pekerja sehingga sering diposisikan sebagai komponen ekonomi, maka infrastruktur yang dibangun harus mendukung pertumbuhan ekonomi disana. Maka pada video klip Idgitaf – Takut, kehidupan masyarakat urban direpresentasikan dengan suatu masyarakat yang difasilitasi oleh berbagai infrastruktur yang modern untuk menjalankan aktivitas ekonomi sehari-hari. Simbol modernitas Kota Jakarta dapat terlihat dari banyaknya bangunan gedung kantor, gedung-gedung besar, pusat perbelanjaan, MRT, ruang publik, ruang terbuka hijau, transportasi umum, jalan raya dan jalan layang, serta infrastruktur yang lain.

Namun seiring dengan berbagai kemajuan tersebut, disatu sisi muncul fenomena seperti kesenjangan, kemiskinan, polusi udara, kemacetan, alienasi, konsumerisme, dll. Masyarakat Jakarta kemudian ikut berkembang menjadi masyarakat urban yang modern. Oleh karena itu, muncul gambaran bahwa penduduk Kota Jakarta adalah masyarakat urban metropolitan modern. Namun perlu diingat bahwa representasi dalam video klip Takut karya Idgitaf merupakan realitas yang sudah terdistorsi. Video klip tersebut sudah dibingkai sedemikian rupa, melewati proses kreatif berupa penambahan dan pengurangan sehingga membentuk wacana kehidupan masyarakat urban.

PERSANTUNAN

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan berkat, rahmat, dan karunia-Nya supaya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Tak lupa peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah mendukung dan mendoakan saya selama penelitian. Terima kasih kepada Bapak Rino Andreas, S.I.Kom, M.A. yang telah bersedia memberikan bimbingan dan arahan selama penelitian ini. Peneliti juga berterima kasih kepada Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Surakarta atas peluang dan bantuan yang diberikan. Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman yang selalu mendukung dan mendorong peneliti untuk melanjutkan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, A. (2002). Diklat Untuk Kalangan Sendiri : Sosiologi Perkotaan. *Jurusan Sosiologi Universitas Andalas Padang*.
- Abbas, B. (2003). *Komunikasi internasional: peranan dan permasalahannya*. Jakarta: IISIP.
- Abimanyu, U., & Sujarto, D. (1994). Operasionalisasi Rencana Tata Ruang Jakarta. *Jurnal PWK*.
- Allifiansyah, S. (2017). Oposisi Biner Kesejarahan Indonesia Periode Revolusi Fisik (1945- 1949) dalam Film Soegija (2012) & Sang Kiai (2013). *Universitas Bunda Mulia*.
- Amalia, M. M. (2020). Representasi Maskulinitas Laki-Laki Difabel Dalam Film Paafekuto Waarudo Kajian Semiotika Roland Barthes. *Ilmu Bahasa dan Kebudayaan Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro*.
- Ardiansyah, M. (2022). Karakteristik sosial-budaya masyarakat urban diakibatkan perubahan kondisi sosial. *Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar*.
- Athoillah, F. N., & Wirawanda, Y. (2023). REPRESENTASI PATAH HATI DALAM FILM SOBAT AMBYAR (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES). *Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Barker, C. (2004). The SAGE Dictionary of Cultural Studies. *London: SAGE*.
- Barthes, R. (1981). *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1983). *Mythology*. London: Granada.
- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Komunikasi dan Multimedia BINUS University*.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (1977). *Media and society*. SAGE.

- Darmawan, E. (2007). Peranan Ruang Publik dalam Perancangan Kota. *Fakultas Teknik Universitas Diponegoro*.
- Dwifatma, A. (2018). OPOSISI BINER REPRESENTASI PEREMPUAN DAN LAKI-LAKI DALAM WEBSERIES “ISTRI PARUH WAKTU” DI YOUTUBE. *Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya*.
- Evers, H. D., & Korff, R. (2002). Urbanisme di Asia Tenggara. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Fajariah, M., & Suryo, D. (2020). Sejarah Revolusi Industri di Inggris Pada Tahun 1760–1830. *Jurnal Program Studi Pendidikan Sejarah*.
- Fiske, J. (1990). *Cultural and Communication Studies Cetakan Kelima diterjemahkan oleh Drs. Yosol Iriantara & Idy Subandi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to Communication Studies*. London: Routledge.
- Fossey, E., Harvey, C., Mcdermott, F., & Davidson, L. (2002). Understanding and Evaluating Qualitative Research. *Australian & New Zealand Journal of Psychiatry*, 36(6).
- Friedman, M. (2010, Desember 08). *Why There's 'No Health Without Mental Health'*. Dipetik Juli 28, 2023, dari Huffpost: https://www.huffpost.com/entry/mental-health-whey-theres_b_793214
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Oxford: Polity Press.
- Gospodini, A. (2002). European Cities in Competition and the New ‘Uses’ Of Urban Design. *The Journal of Urban Design*.
- Halik, A. (2018). PARADIGMA KRITIK PENELITIAN KOMUNIKASI (PENDEKATAN KRITIS-EMANSIPATORIS DAN METODE ETNOGRAFI KRITIS). *Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Harahap, F. R. (2013). DAMPAK URBANISASI BAGI PERKEMBANGAN KOTA DI INDONESIA. *Jurnal Society*.
- Hendrawan, D. (2018). Alienasi Pekerja Pada Masyarakat Kapitalis . *Arete*.
- Hendriwani, S. (2020). Teori Kelas Sosial dan Marxisme Karl Marx. *PARADIGMA: JURNAL KALAM DAN FILSAFAT Prodi Aqidah dan Filsafat Islam, Fakultas Ushuluddin*.

- Islami, M. N. (2013). REPRESENTASI MASYARAKAT URBAN JAKARTA DALAM FILM JAKARTA MAGHRIB. *COMMONLINE DEPARTEMEN KOMUNIKASI*.
- Kistanto, N. H. (2008). Sistem Sosial-Budaya di Indonesia. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*.
- Kriyantono, R. (2006). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Group.
- Kusno, A., Budiman, M., & Kurnia, L. (2009). Ruang publik, identitas dan memori kolektif : Jakarta pasca Suharto. Yogyakarta: Ombak.
- Kusuma, P. K., & Nurhayati, I. K. (2017). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA RITUAL OTONAN DI BALI. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 195-217.
- Kusumastutie, S., & Faturochman. (2004). Semiotika Untuk Gender Pada Iklan Televisi. *Buletin Psikologi*, 130-141.
- Lindawati, L. (2014). Media Lokal dan Suara Desa: Analisis Isi Surat Kabar Lokal Online di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 109-118.
- Lynch, K. (1960). *The Image of The City*. MIT Press.
- Magnis-Suseno, F. (1999). *Pemikiran Karl Marx: Dari sosialisme utopis ke perselisihan revisionisme*. Jakarta: Jakarta Gramedia Pustaka Utama.
- Maharani, E. (2017). Representasi Gaya Hidup Masyarakat Urban dalam Vlog Arief Muhammad, Chandra Liow, dan Raditya Dika. *IR- PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA*.
- Malano, H. (2013). *Selamatkan Pasar Tradisional*. Gramedia Pustaka Utama.
- Martineau, J. (2015). *Time, Capitalism and Alienation: A Socio Historical Inquiry into The Making of Modern Time*. Leiden: Koninklijke Brill N.V.
- Mas, I. N. (2019). Representasi Bullying Melalui Lirik Lagu Gajah Karya Tulus. *SKRIPSI UNIVERSITAS SEMARANG*.
- McQuail, D. (1987). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, D. (2000). *Mass communication theories*. Sage Publication.
- Moore, B. (2016). Walter Benjamin and The Arcades Project. Dalam *The Palgrave Handbook of Literature and the City*. London: Palgrave Macmillan.

- Muhadjir, N. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarakin.
- Muzzammil, F. (2021). Sosiologi Komunikasi Masyarakat Industri. *PUBLISITAS*.
- Pedersen, M. F. (2009). *Mobility in Daily Life Between Freedom and Unfreedom*. Burlington: Ashgate Publishing Company.
- Permana, A. (2012). Gejala Alienasi dalam Masyarakat Konsumeristik. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*.
- Prasetyo, S. A. (2020). Representasi Perdamaian Dunia dalam Lirik Lagu Imagine oleh John Lennon. *E-Jurnal Medium*, 102 - 109.
- Putra, I. I. (2020, Maret 23). *Statistik Ketenagakerjaan DKI Jakarta 2019*. Dipetik Juli 20, 2023, dari Statistik Sektor Provinsi DKI Jakarta: <https://statistik.jakarta.go.id/statistik-ketenagakerjaan-dki-jakarta-2019/>
- Rismawati, K. (2022). Gaya Hidup Kaum Urban Semakin Kekinian. *Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar*.
- Rowley, A. (1994). Definitions of Urban Design. *Planning Practice and Research*.
- Sapari, I. A. (1993). *Sosiologi Kota dan Desa*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Sari, N. W. (2016). Analisis semiotik pesan perdamaian pada video klip salam alaikum Harris J. *UIN Syarif Hidayatullah*.
- Sartini, N. W. (2007). Tinjauan Teoritik tentang Semiotik. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 1-10.
- Sasana, H. (2009). ANALISIS DAMPAK PERTUMBUHAN EKONOMI, KESENIANGAN ANTAR DAERAH DAN TENAGA KERJA TERSERAP TERHADAP KESEJAHTERAAN DI KABUPATEN/KOTA PROVINSI JAWA TENGAH DALAM ERA DESENTRALISASI FISKAL. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 50 - 69.
- Shidarta. (2015, Mei). *SEMIOTIKA TERMINOLOGI TENAGA KERJA, BURUH, PEKERJA, PEGAWAI, DAN KARYAWAN*. Dipetik Juni 12, 2023, dari Binus: <https://business-law.binus.ac.id/2015/05/01/semiotika-terminologi-tenaga-kerja-buruh-pekerja-pegawai-dan-karyawan/>
- Sobur, A. (2004). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soewondo, S. (1996). Stress factors in modern urban lifestyles: an Indonesian perspective. *Asia Pacific J Clin Nutr*, 135-137.

- Straubhaar, J., & LaRose, R. (2004). *Media now : understanding media, culture, and technology*. Thomson Learning.
- Sumonggo, V. P. (2014). Polemik Kaum Marjinal Refleksi Realitas Sosial Dalam Penciptaan Karya Seni Lukis. *Program Studi Pendidikan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Suseno, F. M. (2003). *Pemikiran Karl Marx: Dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Teew, A. (1984). *Khasanah Sastra Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Todaro, M., & Stephen C, S. (2003). *Economic Development*. England: Pearson Education Limited.
- Vancauwenberghe, L. (2019). Performing the City: Urban Discourses and the Representation of Italian Cities in the Music Videos of Italian rapper Capo Plaza. *Documenta*, 107-131.
- Vogels, A. E. (2021, Agustus 19). *Some digital divides persist between rural, urban and suburban America*. Dipetik Oktober 06, 2023, dari [pewresearch.org: https://www.pewresearch.org/short-reads/2021/08/19/some-digital-divides-persist-between-rural-urban-and-suburban-america/](https://www.pewresearch.org/short-reads/2021/08/19/some-digital-divides-persist-between-rural-urban-and-suburban-america/)
- Wiraseptya, T., & Suardi, M. (2019). Pengaruh Budaya Konsumerisme Terhadap Masyarakat Kota. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 1-6.
- Wulandari, M. (2022). REPRESENTASI NILAI BUDAYA BALI PADA FILM A PERFECT FIT. *PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA*.
- Zoest, A. V. (1993). *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang kita Lakukan Dengannya*. Jakarta: Yayasan Sumber Agung.