

p-ISSN : 2774-2342  
e-ISSN : 2774-2202

# BUANA KOMUNIKASI

*Jurnal Penelitian & Studi Ilmu Komunikasi*

Pengaruh Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi dalam  
Membangun Brand Image Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)  
**Farida**

Kompetensi Komunikasi Karyawan PT. Namura dalam  
Komunikasi Lintas Budaya di Jepang  
**Kaonjan**

Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kinerja Pegawai  
Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong  
**Henki Eko Saputra**

Penerapan Psikologi Komunikasi dalam Mengatasi Gangguan  
Kesehatan Mental pada Generasi Milenial  
**Rita Nurwulan Sari dan Nunung Sanusi**

Representasi Hubungan antara Orangtua dan Anak pada Film Lady Bird  
**Adinda Novianti**

Wacana Rantai Oligarki pada Lingkar Tambang Batu Bara  
dalam Film Sexy Killers  
**Laksmi Rachmaria**



**BUANA KOMUNIKASI**  
Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi  
FISIP -PRODI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS SANGGA BUANA  
Jalan PHH Mustofa No.68 Bandung 40124  
Telp.022-7275489,7202841  
Fax 022-7201756  
E-mail : buana.komunikasi@usbykp.ac.id  
www.jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi



Barcode  
p-ISSN



Barcode  
e-ISSN

---

# BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi  
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

---



p - ISSN : 2774-2342

e - ISSN : 2774-2202

## EDITOR IN CHIEF

Pupi Indriati Zaelani

## MANAGING EDITOR

Adi Permana Sidik

## EDITOR BOARD

Witri Cahyati

Sandra Irawaty

Erwan Komara

## PROOFREADING

Reza Saeful Rachman

## WEB & LAYOUT EDITORS

Hadi Ahmad Sukardi

Noviani Dewi

## REVIEWER

Prof. Neni Yulianita, Dra., MS  
*Universitas Islam Bandung, Indonesia*

Dr. Drajat Wibawa, S.Sos., M.Si  
*Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Indonesia*

Dr. Qisthy Rabathy, S.I.Kom, M.Si.  
*Universitas Pasundan, Indonesia*

## PRELIMINARY

### BUANA KOMUNIKASI

Merupakan suatu jurnal yang menjadi kumpulan artikel ilmiah yang fokus pada bidang komunikasi yang terbit 2 kali (Juni & Desember) setiap tahun.

Volume ke-empat diterbitkan pada bulan Juni Tahun 2023.

Tim Redaksi BUANA KOMUNIKASI telah menerima belasan artikel ilmiah dari para *author*, baik dari akademisi maupun praktisi.

Namun dalam proses review tidak semua artikel bisa dimuat sehingga pada edisi perdana ini hanya beberapa artikel yang layak diterbitkan yakni sebanyak 6 artikel ilmiah.

**BUANA KOMUNIKASI**  
Jurnal Penelitian dan Studi  
Ilmu Komunikasi

Volume 4  
Nomor 1  
Halaman 01-67  
Bandung, Juni 2023

p-ISSN : 2774-2342  
e-ISSN : 2774-2202

## ALAMAT REDAKSI

*Program Studi S1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sangga Buana YPKP Bandung  
Gedung C Lantai 1  
Jl.PHH Mustopa 68 Bandung 40125*

---

# **BUANA KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi  
<http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

---

## **DAFTAR ISI**

Pengaruh Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Dalam Membangun Brand Image Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)  
**(01 - 16) Farida**

Kompetensi Komunikasi Karyawan PT. Namura dalam Komunikasi Lintas Budaya di Jepang  
**(17 - 24) Kaonjan**

Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Pegawai Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong  
**(25 - 33) Henki Eko Saputra**

Penerapan Psikologi Komunikasi dalam Mengatasi Gangguan Kesehatan Mental Pada Generasi Milenial  
**(34 - 43) Rita Nurwulan Sari dan Nunung Sanusi**

Representasi Hubungan antara Orangtua dan Anak pada Film *Lady Bird*  
**(44 - 55) Adinda Novianti**

Wacana Rantai Oligarki pada Lingkar Tambang Batu Bara dalam Film *Sexy Killers*  
**(56 -67) Laksmi Rachmaria**

---

# BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi  
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

---

## PENGARUH PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)

**Farida**

Universitas Koperasi Indonesia  
farida.fahmy.d@gmail.com

### Abstract

*This research focuses on the effect of using Instagram as a communication medium in building a brand image in SMEs, in this case at motorcycle parts shops and custom classic motorcycle restoration. Research is seen from how much use of Instagram is carried out by the owner and how much influence the use of Instagram has in building a brand image. By using a quantitative descriptive research method, data collection was carried out in the form of interviews and the distribution of questionnaires to the owner and 36 respondents who became followers. The analytical method used is the validity test, data reliability test, coefficient of determination, partial t-test, simple linear regression test, and hypothesis testing which is processed using the Statistical Package For Social Sciences (SPSS) program. The results of the study show that the use of Instagram is considered very good by respondents and makes an interactive communication medium for consumers and customers. While the score for the brand image indicates that respondents consider building a brand image very good. Based on the results of the analysis, it can be seen that there is a positive influence between the use of Instagram on building a brand image.*

**Keywords:** *Utilization of Instagram, Brand image, Marketing Communication*

### Abstrak

Penelitian ini berfokus pada pengaruh penggunaan *Instagram* sebagai media komunikasi dalam membangun *brand image* pada UMKM, dalam hal ini pada toko suku cadang motor dan restorasi motor klasik custom. Penelitian dilihat dari seberapa besar penggunaan *Instagram* yang dilakukan oleh pemilik dan seberapa besar penggunaan *Instagram* berpengaruh dalam membangun *brand image*. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dalam bentuk wawancara dan penyebaran kuisioner terhadap pemilik dan 36 responden yang menjadi *followers*. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas data, koefisien determinasi, uji parsial t, uji regresi linear sederhana, dan uji hipotesis yang diolah menggunakan program Statistical Package For Social Sciences (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan penggunaan *Instagram* dinilai sangat baik oleh responden dan menjadikan media komunikasi yang interaktif dengan kosumen dan pelanggannya. Sedangkan skor dari *brand image* menunjukkan bahwa membangun *brand image* dinilai sangat baik oleh responden. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara penggunaan *Instagram* terhadap membangun *brand image*.

**Kata Kunci:** *Penggunaan Instagram, Brand image, Komunikasi Pemasaran*

**BUANA  
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi  
Ilmu Komunikasi  
Volume 04  
Nomor 01  
Halaman 01- 16  
Bandung, Juni 2023

p-ISSN : 2774-2342  
e-ISSN : 2774-2202

---

Tanggal Masuk :  
**09 Juni 2023**  
Tanggal Revisi :  
**19 Juni 2023**  
Tanggal Diterima :  
**22 Juni 2023**

---

## PENDAHULUAN

Menurut data dari Hotsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022 ada 99,15 juta jiwa pengguna *Instagram* di Indonesia pada Februari 2022 (pada tahun 2021 berjumlah 85 juta jiwa), yang menyumbang 35,7% dari seluruh populasi atau jumlah penduduk Indonesia. Orang berusia 18 hingga 24 tahun adalah kelompok pengguna terbesar, presentasi pengguna *Instagram* berjenis kelamin perempuan sebanyak 52,3% dan presentasi pengguna *Instagram* berjenis kelamin laki-laki sebanyak 47,7%.

*Instagram* berpotensi untuk digunakan sebagai sarana promosi dan pemasaran suatu produk, jasa atau brand perusahaan. Kemampuan *Instagram* untuk menampilkan foto dan video memudahkan *brand* untuk menginformasikan kepada konsumen tidak hanya tentang produk dan layanan mereka, tetapi juga tentang bisnis mereka. Selain itu, konsumen serta pengikut dapat berinteraksi secara langsung dengan *brand*, baik berupa saran, kritikan atau penyampaian rasa sentuhan pribadi.

*Branding* mempunyai peranan yang penting dalam sebuah pemasaran produk. Ketika persaingan antar produk semakin ketat, menyebabkan perlunya label yang mengelompokkan produk dan jasa yang dimilikinya menjadi satu kesatuan yang dapat membedakan *product group* dengan kompetitor lainnya. Dengan demikian, *Instagram* kemudian menjadi salah satu alat pemasaran yang banyak dipilih oleh pelaku bisnis untuk menciptakan *brand image* yang baik untuk barang dan jasa mereka.

Dalam era digital saat ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat membutuhkan teknologi informasi yang tepat untuk bisa tumbuh berkembang dan bersaing di era digital saat ini. Salah satu pelaku UMKM di Kabupaten Bandung yang bergerak dalam bidang otomotif tepatnya menjual dan memproduksi sparepart motor *custom classic* adalah “Elgarage13”. Usaha yang berdiri tahun 2019 tersebut, menawarkan produk dan jasa yang beragam mulai dari *sparepart motor classic*, produksi *sparepart custom*, jasa *repaint* motor, dan jasa *custom* motor.

Usaha Elgarage13 ini dikhususkan pada jenis motor custom dari type dan aliran stylenya seperti *Cafe Racer*, *Brat Style*, *Scrambler*, *Bobber*, *Chopper*, *Jap Style*, dan masih banyak tipe dan aliran lainnya. Target konsumen Elgarage13 adalah masyarakat yang hobi dengan kegiatan *motor classic*. Konsumen dapat langsung berkonsultasi dengan pemilik usaha Elgarage13 motor *custom* sesuai dengan keinginannya.

Tabel 1. Perkembangan Penjualan *Sparepart* Dan *Custom* Motor Elgarage13 Tahun 2019 – 2021

Tahun	Total Pendapatan Per Tahun (Rp)	Kenaikan Penjualan %	Total Keuntungan Per Tahun (Rp)
2019	Rp80.005.000	-	Rp51.462.500
2020	Rp85.630.000	7%	Rp67.900.000
2021	Rp92.445.340	8%	Rp79.970.000

Sumber : Laporan keuangan usaha (2022)

Data penjualan tersebut menunjukkan omset penjualan meningkat hanya satu persen atau stagnan pada tahun 2021. Elgarage13 sendiri memiliki media sosial *Instagram* bernama @elgarage13 dengan pengikut atau *followers* sebanyak 5.123 dengan 307 postingan. Elgarage13 memutuskan untuk menggunakan *Instagram* sebagai salah satu platform media sosialnya untuk mengimbangi perkembangan persaingan bisnis di era modern ini..

*Instagram* identik dengan kaum milenial sehingga sasaran konsumen yang akan dituju adalah generasi muda.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dan menggambarkan secara menyeluruh dan informasi yang berguna untuk mengetahui bagaimana penggunaan *Instagram* sebagai media komunikasi dalam membangun *brand image* yang dilakukan oleh Elgarage13.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan media *analysis* yang dilakukan akun *Instagram @elgarage13*
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan *followers* mengenai penerapan aspek - aspek dalam mengelola akun *Instagram* untuk pemasaran produk yang dilakukan akun *Instagram @elgarage13*
3. Untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan *followers* mengenai kekuatan, keunggulan, dan keunikan dalam membangun *brand image* yang dilakukan oleh Elgarage13
4. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh akun sosial media *Instagram @elgarage13* dalam membangun *brand image*

## **LITERATUR**

### **Komunikasi Pemasaran**

Philip Kotler (2008) mengatakan bahwa komunikasi pemasaran adalah cara untuk mendorong sistem pengambilan keputusan konsumen dengan informasi internal (perusahaan). Esensi komunikasi pemasaran kepada konsumen dan masyarakat yang membidik media tertentu melalui bauran pemasaran (*product, place, price, promotion*) digunakan untuk menarik perhatian konsumen, sehingga konsumen tertarik untuk datang dan membeli produk tersebut, barang dan jasa yang ditawarkan. Selanjutnya konsep yang digunakan untuk menyampaikan pesan selanjutnya disebut dengan bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) terdiri dari delapan model komunikasi utama: (i) periklanan; (ii) promosi penjualan; (iii) acara dan pengalaman; (iv) hubungan masyarakat dan publisitas; (v) pemasaran langsung; (vi) pemasaran interaktif; (vii) pemasaran dari mulut ke mulut; dan (viii) penjualan secara personal.

### **Citra Merek**

Citra adalah bagaimana orang lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, merek, komite, atau aktivitas. Sedangkan *brand* (merek) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasinya, yang dirancang untuk mengidentifikasi dan membedakan produk atau layanan atau kelompok penjual dari pesaing (Kotler, Philip: 2008).

Menurut Setiadi, Nugroho J. (2013) citra merek merupakan diagram memori dari suatu merek yang mencakup pemahaman pembeli tentang tempat yang menarik, kualitas penggunaan, konteks, dan karakteristik pelanggan dan produsen merek. Citra ini kemudian dapat ditampilkan dalam perilaku publik melalui berbagai saluran seperti media sosial, blog, dan situs web pribadi. Untuk menciptakan orisinalitas merek sebuah perusahaan perlu membangun *brand image* (citra merek).

Adapun faktor-faktor terbentuknya citra merek (*brand image*), menurut Keller dalam Alfian B, 2012, adalah :

1. Keunggulan merek (*favorability of brand association*), adalah asosiasi dengan merek dimana konsumen percaya bahwa atribut dan manfaat yang diberikan merek tersebut akan memuaskan kebutuhan dan keinginannya sehingga membentuk hubungan yang positif dengan merek tersebut.

2. Kekuatan merek (*strength of brand association*), ditentukan oleh jumlah informasi yang diproses selama proses *encoding*. Ketika konsumen secara proaktif menguraikan informasi tentang suatu barang atau jasa, maka akan tercipta ikatan yang kuat dalam ingatan mereka.
3. Keunikan merek (*uniqueness of brand association*), perlu diciptakan keunggulan bersaing yang dapat digunakan konsumen untuk memilih merek tertentu.

### Media Sosial

Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang menggunakan ideologi dan teknologi Web 2.0, untuk memungkinkan pengguna membuat atau bertukar informasi tentang aplikasi tersebut (Kaplan dan Haenlin: 2010). Dalam pemasaran, media sosial memiliki tiga tujuan, menurut Gunelius dan Susan (2011:10). Tujuan pertama adalah untuk membangun hubungan dengan konsumen; kedua adalah membangun merek - karena percakapan tentang merek di media sosial adalah cara yang ideal untuk meningkatkan pengetahuan dan ingatan tentang merek, serta loyalitas konsumen. Tujuan ketiga adalah publisitas, karena pemasaran melalui media sosial memberikan kesempatan kepada publik untuk bertukar informasi penting dan mengubah persepsi yang negative.

### Instagram

*Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Foto atau video yang diunggah oleh pengguna dapat dilihat oleh pengikut pengunggah foto dan mereka dapat saling berkomentar.

Fitur terbaru *Instagram* adalah pemilik akun yang mengunggah foto atau video dapat membagikan unggahannya di jejaring sosial lain. Penggunaan aplikasi *Instagram* semakin berkembang karena fitur yang disediakan semakin unggul. *Instagram* memiliki lima menu utama yang semuanya terletak di bagian bawah menurut Atmoko Dwi, Bambang (2012) yaitu sebagai berikut: (i) halaman beranda – halaman utama untuk melihat foto-foto terbaru semua akun yang diikuti; (ii) komentar; (iii) jelajah (*explore*) – adalah tampilan foto-foto populer sesuai preferensi pengguna Instagram dengan cara algoritma, (iv) profil, dan (v) umpan berita (*news feed*), yaitu pemberitahuan mengenai aktivitas pengguna Instagram.

Menurut Sutanto (2017) hal yang perlu diperhatikan juga mengenai fitur-fitur terbaru, jam-jam ideal untuk mengunggah konten, dan yang paling penting pada tahapan kualitatif adalah media analysis yang terdiri dari *reach analysis* (seberapa besar jangkauan akun *Instagram*), *engagement analysis* (seberapa banyak *feedback* yang didapat dari konsumen), *virality analysis* (mengetahui seberapa banyak orang yang mengunggah *hashtag* atau ciri khas dari akun *Instagram* yang bersangkutan) dan *network analysis* (untuk mengetahui siapa yang memiliki tingkat pengaruh yang tinggi dan sejauh mana *influencer* tersebut berhasil memengaruhi lingkungannya).

Tahapan kuantitatif *Instagram* terdiri dari tiga aspek yang diteliti diantaranya :

1. Aspek Tampilan *Instagram*  
Pelaku bisnis perlu mengetahui bagaimana membuat konten yang diunggah dapat menarik konsumen, enak dipandang, dan mampu membentuk *feed* (tampilan unggahan) yang rapi.
2. Aspek Konten Yang Diunggah Pada *Instagram*

Konten post adalah salah satu aspek penting karena mampu memberikan dampak terhadap *online engagement* yang bisa dilihat pada jumlah tanda *like* (suka) dan komentar.

### 3. Aspek Pelayanan Admin *Instagram*

Pelayanan admin di *Instagram* sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Sutanto, Herlena: 2017).

Dari uraian diatas maka dapat dikembangkan suatu kerangka berpikir yang melandasi penelitian seperti pada gambar berikut ini :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

### Hipotesis

Sugiyono (2012) menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian ditulis dalam bentuk kalimat pertanyaan. Namun, jawaban yang diberikan belum didasarkan pada fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data, tetapi hanya pada teori yang relevan. Uji hipotesis atau uji pengaruh untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Oleh karena itu, hipotesis dalam analisis regresi linear sederhana ini adalah :

Ha : Penggunaan *Instagram* (X) berpengaruh signifikan terhadap membangun *brand image* (Y) pada Elgarage13.

Ho : Penggunaan *Instagram* (X) berpengaruh tidak signifikan terhadap membangun *brand image* (Y) pada Elgarage13

### METODE PENELITIAN

#### Metode Yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan ini adalah dengan metode studi kasus, yaitu suatu metode penelitian deskriptif yang mempelajari atau mengkaji secara spesifik permasalahan-permasalahan yang terjadi dilapangan dengan teknik pengamatan untuk memahami bagian-bagian dari masalah. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Dengan menggunakan metode ini diharapkan untuk dapat memperoleh data dan informasi yang dapat menggambarkan, memperjelas, dan mendukung terhadap pembahasan masalah-masalah yang diteliti, sehingga dapat mengevaluasi proses pengambilan keputusan.

#### Data Yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)

Data yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang akan dihadapi dalam penelitian ini adalah data yang dapat menggambarkan objek yang akan diteliti baik penelitian yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua adalah sebagai berikut :

1. Data Primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung terhadap objek yang diteliti melalui wawancara dengan pemilik usaha serta observasi dan kuisisioner yang diberikan kepada pelanggan *followers* yang mengikuti akun *Instagram* @elgarage13.
2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, didapatkan dari pencatatan melalui pembukuan penjualan perusahaan, buku, literatur, jurnal maupun laporan ilmiah yang terkait dengan penelitian.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Dimensi	Indikator
Penggunaan Instagram (Irfan A. & Anastasya M. : 2021) (X)	Aspek-aspek mengelola akun Instagram dalam pemasaran produk	Aspek Tampilan	1. Tampilan foto produk 2. Desain feeds secara keseluruhan 3. Caption disetiap unggahan 4. Ketertarikan konsumen membeli produk 5. Hubungan antara foto dan caption
		Aspek Konten Yang Diunggah	1. Mudahnya menemukan informasi tentang produk dan jasa 2. Waktu posting 3. Konten yg diunggah sangat informatif dan mudah dipahami 4. Konten yang diunggah tidak membosankan (misal sering menggunakan foto/video/poster yang sama berulang-ulang).
		Aspek Pelayanan Admin	1. Cepat tanggap merespon konsumen 2. Menanggapi dengan baik setiap pertanyaan 3. Jawaban mudah dimengerti 4. Selalu mengajak <i>followers</i> berinteraksi
Brand image (Keller dalam Alfian B, 2012) (Y)	Faktor-faktor terbentuknya Brand image	Kekuatan ( <i>Strength of brand association</i> )	1. Frekuensi Promosi yang dilakukan 2. Logo yang mudah di ingat 3. Nama yang mudah di ucapkan dan di ingat 4. Lokasi mudah ditemukan
		Keunggulan ( <i>favorability of Brand</i> )	1. Daya tahan kualitas produk 2. Keanekaragaman produk dan jasa yang ditawarkan 3. Harga yang ditawarkan 4. Kepuasan atau Manfaat produk yang dirasakan konsumen
		Keunikan ( <i>uniqueness of Brand association</i> )	1. Keahlian pada custom motor baik 2. Kesesuaian Keinginan konsumen dalam produk dan jasa

### Sumber Data Dan Cara Menentukannya

Ada berbagai data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian tentang penggunaan Instagram sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam membangun *brand image*. Data sekunder maupun primer yang diperlukan untuk penelitian pada dasarnya sangat mempengaruhi penelitian secara deskriptif, diantaranya meliputi:

1. Informan, merupakan orang-orang yang dapat menerangkan diri orang lain atau memberi informasi mengenai situasi dan kondisi lingkungannya. Yang disebut informan dalam penelitian adalah pemilik usaha Elgarage13.
2. Lembaga, merupakan sumber data sekunder yang relevan dengan kasus yang diteliti, yang dalam hal ini adalah buku-buku referensi dan lainnya.
3. Responden, merupakan sumber data primer yang memberikan informasi atau jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tentang topik penelitian. Yang disebut dengan responden

dalam penelitian adalah pelanggan *followers* yang mengikuti akun *Instagram* @elgarage13.

Dalam penelitian ini, untuk mengambil sampel peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* adalah teknik penentuan sample yang dilakukan dengan cara menentukan target yang paling cocok untuk mengumpulkan informasi. Dengan kriteria pelanggan pengikut akun *Instagram* @elgarage13 yang pernah membeli produk atau menggunakan jasa Elgarage13 dan berusia di atas 18 tahun. Ukuran penentuan sampel yang diambil menggunakan Sudjana (2010:93) yaitu ukuran sampel normal yang bisa diambil 30-500 dan diperkuat pendapat Suparmoko (1991:42) yaitu ukuran sampel yang bisa diambil 5-50% dari populasi. Maka, ukuran sampel yang diambil dalam penelitian ini sebagai berikut: 335 pelanggan *followers* akun *Instagram* @elgarage13 x 10% populasi = 33,5 dibulatkan menjadi 36. Cara membagikan kuesioner dilakukan secara online melalui *Google form* kepada setiap pelanggan *followers* akun *Instagram* @elgarage13.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam melakukan pengumpulan data menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya yaitu :

1. Teknik Observasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan kegiatan secara langsung terhadap objek penelitian usaha Elgarage13 di Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.
2. Teknik Interview, yaitu suatu metode pengumpulan data yang melakukan tanya jawab secara langsung dengan pemilik usaha Elgarage13.
3. Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pernyataan-pernyataan secara tertulis kepada responden.
4. Studi Dokumen yaitu teknik catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang.

### **Analisis Data Dan Uji Hipotesis**

#### **1 Analisis Data**

Analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini menyangkut penggunaan *Instagram* sebagai media komunikasi pemasaran dalam membangun *brand image* pada toko Elgarage13.

Untuk menjawab identifikasi masalah yang pertama yaitu tentang penerapan media analysis yang dilakukan akun *Instagram* @elgarage13 dianalisis secara deskriptif melalui wawancara bersama pemilik. Adapun item penelitian yang ditanyakan meliputi *reach analysis*, *engagement analysis*, *viral analysis* dan *network analysis*.

Untuk memudahkan hitungan maka responden akan diberi 5 alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2012) Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Pada pengukuran akan kuisisioner ini berbentuk *checklist*, dengan lima pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, cukup setuju, kurang setuju dan tidak setuju.

Teknik yang akan digunakan dalam skala likert adalah teknik skoring melalui 5 jenjang, yaitu:

$$\text{Batas atas} = 5 \times 36 = 180$$

$$\text{Batas bawah} = 1 \times 36 = 36$$

Untuk menentukan interval dari masing-masing tingkat kriteria digunakan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{(Skti \times n) - (Sktr \times n)}{K}$$

Keterangan:

I : Interval  
Skti: Skor Tertinggi  
Sktr: Skor Terendah

K: Jumlah Kriteria  
n: Jumlah Responden

Untuk menjawab identifikasi masalah yang kedua maka dari rumus tersebut dapat diperoleh hasil interval dengan menggunakan metode analisis *Method of Succesive Interval* (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval pada penerapan aspek-aspek dalam mengelola akun *Instagram* untuk pemasaran produk adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(5 \times 36) - (1 \times 36)}{5} = 29$$

Berdasarkan skor diatas dapat diketahui bahwa skor intervalnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Skor Interval Pada Aspek-Aspek Dalam Mengelola Akun Instagram Untuk Pemasaran Produk

Skor	Skala	Kriteria
1	36 – 64	Tidak Baik
2	65 – 93	Kurang Baik
3	94 – 122	Cukup Baik
4	123 – 151	Baik
5	152 – 180	Sangat Baik

Untuk memudahkan pemberian skor dalam penerapan aspek-aspek dalam mengelola akun instagram untuk pemasaran produk maka akan dicantumkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Format Penilaian Skor Pada Aspek-Aspek Dalam Mengelola Akun Instagram Untuk Pemasaran Produk

Indikator	Skor	Responden		Nilai Skor
		Frekuensi	%	
Tidak Baik	1			
Kurang Baik	2			
Cukup baik	3			
Baik	4			
Sangat baik	5			
Jumlah		36	100	
<b>Kriteria</b>				

Adapun rekapitulasi dari jawaban responden tanggapan pelanggan *followers* mengenai penerapan aspek-aspek dalam mengelola akun *Instagram* untuk pemasaran produk akan dicantumkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 5. Rekapitulasi Skor Pada Indikator Penerapan Aspek-Aspek Dalam Mengelola Akun Instagram Untuk Pemasaran Produk

No Item	Kategori Skor Jawaban Ordinal	Frekuensi	Proporsi	Properti Kumulatif	Z	Densitas (f(z))	Nilai Hasil
	1						
	2						
	3						
	4						
	5						
	Jumlah	36					

Untuk menjawab identifikasi masalah yang ketiga dengan menggunakan metode analisis *Method of Succesive Interval* (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Agar memudahkan pemberian skor dalam bagaimana keunggulan, kekuatan, keunikan dalam membangun *brand image*, maka akan dicantumkan dalam tabel yang sama seperti Tabel 3 di atas.

Adapun rekapitulasi dari jawaban responden pada dalam bagaimana tanggapan pelanggan *followers* mengenai keunggulan, kekuatan, keunikan dalam membangun *brand image* maka akan dicantumkan dalam tabel dengan format yang sama dengan Tabel 4.

Untuk menjawab identifikasi yang ke empat yaitu menggunakan aplikasi SPSS. Dengan rancangan analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linear sederhana. Digunakan untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

## 2 Uji Hipotesis

### a. Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Uji koefisien determinasi R<sup>2</sup> dilakukan untuk menghitung seberapa besar perubahan variabel independen. Nilai R<sup>2</sup> = 0, maka tidak ada sedikitpun presentase sumbangan pengaruh diberikan variabel independen.

### b. Uji Hipotesis (Uji t)

Untuk mengetahui seberapa besar signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, maka perlu dilakukan Uji t.

Merumuskan hipotesis:

H<sub>0</sub> : b<sub>1</sub> = 0; tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap dependen.

H<sub>a</sub> : b<sub>1</sub> ≠ 0; terdapat independen terhadap dependen.

Kesimpulan:

Jika t<sub>table</sub> < t<sub>hitung</sub> maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.

Jika t<sub>hitung</sub> < t<sub>table</sub> atau t<sub>hitung</sub> > t<sub>table</sub> maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

### c. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data continue berdistribusi normal sehingga sehingga analisis regresi, uji t, korelasi, dapat dilaksanakan. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi > 0,05.

### Uji Heteroskedastisitas

Dalam regresi linier, tidak ada keterkaitan antara nilai residual dan variabel independen. Apabila ada kesamaan (konstan) variabel, maka disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, ketidaksamaan variabel dalam regresi disebut sebagai heteroskedastisitas. Ketiadaan heteroskedastisitas menunjukkan model regresi yang baik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penerapan Media Analysis

#### a. Reach Analysis

Berdasarkan hasil wawancara bahwa pemilik usaha Elgarage13 tidak terlalu sering memperhatikan hasil analisis akun Instagramnya dari fitur insight. Adapun hasil analisis fitur insight yang menjadikan acuan seperti memiliki jadwal atau waktu tertentu untuk mengunggah konten di Instagram. Pemuatan konten dilakukan secara fleksibel dan mengacu pada hasil insight. Adapun pengikut Instagram @elgarage13 berasal dari Bandung dan dari luar daerah dan rentang usia pengikut Instagramnya 18-35 tahun, dan kebanyakan dari pengikutnya berjenis kelamin laki-laki.

#### b. Engagement Analysis

Berdasarkan hasil wawancara cara mempertahankan engagement rate akun Instagram @elgarage13 adalah dengan melakukan kegiatan siaran langsung mengajak followers berinteraksi, mengunggah konten video motor yang menarik.

Reels, Instagram Story, serta fitur menarik lainnya seperti polling, Q&A, stiker-stiker yang lucu dan masih banyak lagi, digunakan untuk meningkatkan engagement rate.

#### c. Viral Analysis

Berdasarkan hasil wawancara pada akun @elgarage13 belum memiliki ciri khas khusus di Instagram dalam bentuk tagar. Akan tetapi dalam setiap postingannya akun @elgarage13 memakai hastag random berunsur kegiatan dan hobi motor custom. Akun @elgarage13 memiliki rencana ke depannya untuk membuat konten unik dan menarik untuk dijadikan bahan viral marketing dan masih mencari referensi konten seperti apa yang akan dibuat, salah satunya dengan melakukan giveaway voucher potongan produk sparepart Elgarage13 yang dilakukan pada saat-saat tertentu.

#### d. Network Analysis

Berdasarkan hasil wawancara pada Elgarage13 belum memiliki brand ambassador/influencer untuk mempromosikan produk dan jasanya, dikarenakan terlalu berat untuk menjadikan seseorang untuk menjadi ambassador/influencer dan akan ada masa naik turun dalam kesehariannya. Untuk pentingnya brand ambassador dan influencer dianggap baik oleh pemilik usaha Elgarage13 namun juga untuk menentukan keduanya belum adanya anggaran endorse dalam memilih influencer.

### Tanggapan Pelanggan Followers Elgarage13 Mengenai Penerapan Aspek-Aspek Dalam Mengelola Akun Instagram Untuk Pemasaran Produk

Dari tanggapan 36 responden followers terhadap variabel penggunaan Instagram (X) dilihat dari aspek tampilan, aspek konten yang diunggah dan aspek pelayanan admin akun Instagram, didapat hasil rekapitulasi sebagai berikut:

Tabel 6 Rekapitulasi Variabel Penggunaan Instagram (X)

No	Variabel Penggunaan Instagram (X)			
	Indikator	Rata-Rata	Skor	Kriteria
1	Tampilan foto produk	4.4	159	Sangat Baik
2	Desain feeds secara keseluruhan	4.2	152	Sangat Baik
3	Caption disetiap unggahan	4.6	164	Sangat Baik
4	Ketertarikan konsumen membeli produk	4.6	165	Sangat Baik
5	Hubungan antara foto dan caption	4.5	162	Sangat Baik
6	Mudahnya menemukan informasi tentang produk dan jasa	4.5	161	Sangat Baik
7	Waktu posting	4.0	143	Baik
8	Konten yg diunggah sangat informatif dan mudah dipahami	4.3	154	Sangat Baik
9	Konten yang diunggah tidak membosankan	4.3	155	Sangat Baik
10	Bahasa di setiap postingan mudah dimengerti	4.6	164	Sangat Baik
11	Cepat tanggap merespon konsumen	4.5	162	Sangat Baik
12	Menanggapi dengan baik setiap pertanyaan	4.6	165	Sangat Baik
13	Jawaban mudah dimengerti	4.4	159	Sangat Baik
14	Selalu Mengajak <i>followers</i> berinteraksi	4.3	156	Sangat Baik
<b>Total Skor</b>		<b>2.221</b>		
<b>Kriteria</b>		<b>Sangat Baik</b>		

Sumber: data primer yang diolah, tahun 2022

Dari penilaian responden, didapat total skor 2.221 dengan kriteria Sangat baik.

### Tanggapan Pelanggan *Followers* Elgarage13 Mengenai Kekuatan, Keunggulan, Dan Keunikan Dalam Membangun *Brand image*

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel rekapitulasi variabel *brand image* (Y) dari tanggapan pelanggan *followers* mengenai Keunggulan, Kekuatan dan Keunikan Dalam Membangun *Brand image* diperoleh total skor sebesar 1.604, dapat dilihat dari kriteria yang sudah ditentukan nilai skor 1.604 variabel (Y) dinilai Sangat Baik oleh responden.

Tabel 7 Rekapitulasi Variabel *Brand image* (Y)

No	Variabel Penggunaan Instagram (X)			
	Indikator	Rata-Rata	Skor	Kriteria
1	Frekuensi Promosi yang dilakukan	4.3	154	Sangat Baik
2	Logo yang mudah di ingat	4.3	155	Sangat Baik
3	Nama yang mudah di ucapkan dan di ingat	4.6	167	Sangat Baik
4	Lokasi mudah ditemukan	4.6	165	Sangat Baik
5	Daya tahan kualitas produk	4.6	167	Sangat Baik
6	Keanekaragaman produk dan jasa yang ditawarkan	4.6	164	Sangat Baik
7	Harga yang ditawarkan	3.8	137	Baik
8	Kepuasan atau Manfaat produk yang dirasakan konsumen	4.6	167	Sangat Baik
9	Keahlian pada custom motor baik	4.5	163	Sangat Baik
10	Kesesuaian keinginan konsumen dalam produk dan jasa	4.6	165	Sangat Baik
<b>Total Skor</b>		<b>1.604</b>		
<b>Kriteria</b>		<b>Sangat Baik</b>		

Sumber: data primer yang diolah, tahun 2022

## Analisis Data

### a Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian variabel riil ini dilakukan melalui analisis faktor menggunakan alat SPSS. Uji validitas dilakukan untuk menentukan apakah pernyataan pada kuesioner layak untuk diteliti.

#### Variabel Penggunaan *Instagram* (X)

Keterangan :

1. Data dikatakan Valid jika P-level (Sig.2-Tailed) $<$ alpha=0,05
2. Data dikatakan Valid jika Person Correlation $>$  R Tabel

R Tabel =(n-2) : alpha

= (36-2) : 0,05 = 34 : 0,05 = 0,3291 $\approx$  32,91%

Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8 Hasil Uji Validitas (X)

Keterangan	Pearson Correlation	Tabel R	Sig. (2-tailed)	Alpha (5%)	Kesimpulan
Indikator 1	0,689	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 2	0,745	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 3	0,690	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 4	0,685	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 5	0,572	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 6	0,574	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 7	0,623	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 8	0,487	0,3291	0,003	0,05	Valid
Indikator 9	0,413	0,3291	0,012	0,05	Valid
Indikator 10	0,401	0,3291	0,015	0,05	Valid
Indikator 11	0,445	0,3291	0,007	0,05	Valid
Indikator 12	0,697	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 13	0,756	0,3291	0,003	0,05	Valid
Indikator 14	0,488	0,3291	0,003	0,05	Valid

Sumber : Hasil output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa uji validitas variabel Penggunaan *Instagram* (X) terhadap 36 responden menghasilkan keseluruhan indikator yang valid. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang dibuat layak dan dapat digunakan untuk tujuan penelitian.

#### Variabel *Brand image* (Y)

Uji validitas terhadap variabel ekspektasi penelitian ini dilakukan dengan analisis faktor menggunakan alat SPSS. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pernyataan pada kuesioner layak untuk diteliti.

Keterangan :

1. Data dikatakan Valid jika P-level (Sig.2-Tailed) $<$ alpha=0,05
2. Data dikatakan Valid jika Person Correlation $>$  R Tabel

R Tabel =(n-2) : alpha

=(36-2) : 0,05 = 34 : 0,05 = 0,3291

Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 9 Hasil Uji Validitas (Y)

Keterangan	Pearson Correlation	Tabel R	Sig. (2-tailed)	Alpha (5%)	Kesimpulan
Indikator 1	0,519	0,3291	0,01	0,05	Valid
Indikator 2	0,582	0,3291	0,00	0,05	Valid
Indikator 3	0,457	0,3291	0,005	0,05	Valid
Indikator 4	0,653	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 5	0,619	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 6	0,583	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 7	0,464	0,3291	0,004	0,05	Valid
Indikator 8	0,640	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 9	0,616	0,3291	0,000	0,05	Valid
Indikator 10	0,521	0,3291	0,001	0,05	Valid

Sumber : Hasil output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa uji validitas variabel *Brand image* (Y) terhadap 36 responden menghasilkan keseluruhan indikator yang valid. Pada hal ini mengindikasikan bahwa semua pernyataan yang dibuat layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

#### **b Uji Reabilitas**

Untuk mengetahui tingkat reliabilitas suatu data dapat dilihat berdasarkan aturan Guilford, (1956 :145) dengan tingkat minimum reliabilitasnya sedang. Berikut kategori koefisien reliabilitas menurut Guilford, (1956 :145) adalah sebagai berikut :

1.  $0,80 < r < 1,00$  (reliabilitas sangat tinggi)
2.  $0,60 < r < 0,79$  (reliabilitas tinggi)
3.  $0,40 < r < 0,59$  (reliabilitas sedang) → (Tingkat Minimum Reliabilitas Data)
4.  $0,20 < r < 0,39$  (reliabilitas rendah)

#### **Variabel Penggunaan Instagram (X)**

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha (nilai koefisien reliabilitas) adalah sebesar 0,856 dengan jumlah indikator 14 disesuaikan dengan aturan Guilfoard, maka nilai koefisien reliabilitas berada diantara 0,80 sampai 1,00 maka instrumen data variabel Penggunaan *Instagram* (X) memiliki tingkat reliabilitas Sangat Tinggi atau dapat dikatakan Penggunaan *Instagram* dapat dipercaya.

#### **Variabel Brand image (Y)**

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh Cronbach's Alpha (nilai koefisien reliabilitas) adalah sebesar 0,746 dengan jumlah indikator sebanyak 10, disesuaikan dengan aturan Guilfoard, maka nilai koefisien reliabilitas berada diantara 0,60 sampai 0,79 maka instrumen data variabel *Brand image* (Y) memiliki tingkat reliabilitas Tinggi atau dapat dikatakan Variabel Keunggulan dan Keunikan Dalam membangun *Brand image* dapat dipercaya.

#### **Uji Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan analisis regresi linear sederhana, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Pada penelitian ini akan dilakukan beberapa uji asumsi klasik terhadap model regresi yang telah diolah yang meliputi :

##### **a Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil uji normalitas variabel Penggunaan *Instagram* (X), dan Variabel *Brand image* (Y) dengan uji Kolmogrov-Smirnov dengan tingkat kesalahan (alpha) 0,05 diperoleh Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05, artinya hipotesis yang diterima adalah H<sub>0</sub> atau dapat dinyatakan data berdistribusi normal, sehingga uji normalitas terpenuhi.

### **b Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai signifikansi variabel Penggunaan *Instagram* (X) sebesar 0,647. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai variabel bebas tersebut lebih besar dari 0,05 dan hipotesis yang diterima adalah H<sub>0</sub> yang artinya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan dapat disimpulkan untuk uji heteroskedastisitas terpenuhi.

### **Analisis Regresi Linear Sederhana**

Diketahui nilai Constanta (a) sebesar 23,994, sedangkan nilai koefisien regresi (b) 0,119, sehingga persamaan regresi dapat dirumuskan :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 23,994 + 0,119X$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan seperti berikut :

- a) Konstanta sebesar 23,994, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel *Brand image* (Y) adalah sebesar 23,994.
- b) Koefisien regresi variabel X sebesar 0,119 menyatakan bahwa setiap pengurangan 1% nilai Penggunaan *Instagram* (X), maka nilai *Brand image* (Y) bertambah sebesar 0,119. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Penggunaan *Instagram* (X) terhadap variabel *Brand image* (Y) adalah positif.

### **Pengujian Hipotesis**

#### **a Uji secara Parsial (Uji t)**

Berdasarkan nilai signifikansi, dari tabel coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,043 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel Penggunaan *Instagram*(X) berpengaruh terhadap variabel *Brand image*(Y).

Berdasarkan nilai t, diketahui nilai t hitung sebesar  $2,106 > t\text{-tabel } 2,032$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan *Instagram* (X) berpengaruh terhadap variabel *Brand image* (Y).

#### **b Koefisien Determinasi**

Dari hasil perhitungan, diketahui besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu 0,074. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,115 yang berarti pengaruh variabel bebas (Penggunaan *Instagram*) terhadap variabel terikat (*Brand image*) kecil adalah sebesar 11,5% dan sisanya 88,5 % dipengaruhi oleh variabel lain.

### **Pembahasan**

Rumusan hipotesis nol (H<sub>0</sub>) dan hipotesis alternatif (H<sub>a</sub>) mengenai pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap membangun *brand image* adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : penggunaan *Instagram* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap membangun *brand image*

H<sub>a</sub> : penggunaan *Instagram* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap membangun *brand image*

Dari perhitungan pada tabel diperoleh koefisien regresi penggunaan *Instagram* sebesar 0,119 (positif). Uji signifikan koefisien ini dengan t statistik diperoleh sebesar 0,043. Dimana  $0,043 < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak sementara H<sub>a</sub> diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Instagram* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dalam membangun *brand image*.

## SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian dan analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari segi analisis media, pemilik usaha Elgrage13 dapat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam *Instagram* dengan baik untuk berinteraksi dengan pengikutnya (*followers*). Tapi, frekuensi penggunaannya belum rutin dan masih mencari konten serta *influencer* yang tepat untuk menarik minat konsumen dalam rangka meningkatkan *brand image* usahanya.
2. Penggunaan media *Instagram* akun Elgrage13 dari aspek tampilan, aspek konten yang diunggah dan aspek pelayanan admin Elgrage13 mendapatkan respon sangat baik dari pengikutnya (*followers*). Hal ini menunjukkan hubungan yang positif antara pengusaha dan *followers*.
3. Dalam upaya membangun *brand image*, Elgrage13 mendapat respon sangat baik dari *followers*. Mereka merespon positif akan kekuatan, keunggulan dan keunikan *brand image* usaha Elgrage13 sehingga upaya Elgrage 13 dalam membangun *brand image* usahanya dikatakan berhasil.
4. Akun *Instagram* Elgrage13 telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *brand image* yang mereka bangun.  
Dengan demikian, penggunaan *Instagram* sebagai media komunikasi pemasaran adalah cara yang efektif dalam membangun *brand image* Elgrage13.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriansyah, Irfan & Maharani, Anastasya. 2021. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Terjemahan Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sudjana, Nana. 2010. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung : Sinar Baru Algensindo.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparmoko. 1991. *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: BPFE.

### **Sumber Internet**

Kaplan, A.M. & Haenlein, M. 2010. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53, 59-68.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>  
[23/3/2023]

Riyanto, Andi Dwi. 2022. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*  
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> [11/3/2023]

### **Jurnal dan Skripsi**

B, Alfian. 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman*.  
Makasar: Skripsi Universitas Hasanuddin

Sutanto, Herlena. *Efektivitas Penggunaan Instagram melalui Tiga Tahap Analisis pada Bebini Gelati Cafee*. *Agora*, vol. 5, no. 1, 2017.

---

# BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi  
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

---

## KOMPETENSI KOMUNIKASI KARYAWAN PT NAMURA DALAM KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA DI JEPANG

**Kaonjan**

Universitas Terbuka  
onzan.10@gmail.com

### Abstract

*Discourse on intercultural communication competence is increasingly important in a globalized world. However, more research is needed to be reported on the communication competence of Indonesian apprentices in intercultural interactions, especially in Japan. This study examines the communication competence in intercultural interactions of apprentices in Japan. Using a qualitative descriptive method, the researcher examines the intercultural awareness, sensitivity, and language competence of apprentices in Imarishi City. From the results of the research conducted, it is hoped that this can become material for support, reference and consideration for prospective apprentices to find out barriers and also communication competencies before leaving for Japan to be able to understand cross-cultural communication in Japan.*

**Keywords:** *Apprentices, Japanese Culture, Adaptation*

### Abstrak

Wacana kompetensi komunikasi antar budaya semakin penting dalam dunia global. Namun, perlu lebih banyak penelitian yang dilaporkan tentang kompetensi komunikasi peserta magang Indonesia dalam interaksi antar budaya, khususnya di negara Jepang. Studi ini mengkaji kompetensi komunikasi dalam interaksi antarbudaya peserta magang di Negara Jepang tersebut. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, peneliti memeriksa kesadaran antar budaya, kepekaan, dan kompetensi bahasa peserta magang di Kota Imarishi. Dari hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa menjadi bahan dukungan, refrensi dan pertimbangan calon peserta magang untuk mengetahui hambatan dan juga kompetensi komunikasi sebelum berangkat ke Jepang untuk dapat memahami komunikasi lintas budaya di Jepang.

**Kata kunci:** *Peserta Magang, Budaya Jepang, Penyesuaian Diri*



Jurnal Penelitian & Studi  
Ilmu Komunikasi  
Volume 04  
Nomor 01  
Halaman 17- 24  
Bandung, Juni 2023

p-ISSN : 2774-2342  
e-ISSN : 2774-2202

---

Tanggal Masuk :  
**14 Juni 2023**  
Tanggal Revisi :  
**22 Juni 2023**  
Tanggal Diterima :  
**24 Juni 2023**

---

## **PENDAHULUAN**

Jepang merupakan negara yang sangat dikenal dengan kepulauan yang memiliki banyak kebudayaan. Kebudayaan di Jepang tidak terlepas dari pengaruh faktor bahasa, musim, kepercayaan, letak geografis dan masih banyak yang lainnya. Diberbagai negara juga mengakui dan kagum bahwa budaya Jepang sangat terkenal, selain itu Jepang juga memiliki keunikan budaya yang bisa dicontoh untuk negara lain.

Indonesia merupakan penyumbang peserta magang untuk negara Jepang yang sudah menjalin hubungan kerjasama ini. Hampir selama 30 tahun negara Indonesia dan Jepang menjalin kerja sama dalam program pemagangan, dalam waktu tersebut hampir 43,617 anak muda Indonesia antusias mengikuti program pemagangan. Hingga sampai saat ini sekitar 39,000 orang masih aktif mengikuti program kerjasama pemagangan yang dijalin Indonesia dan Jepang tersebut. Namun karena dengan berbagai budaya dan beberapa faktor seperti bahasa, musim, kepercayaan, letak geografis dan masih banyak lainnya yang berbeda tidak sedikit juga peserta magang yang tidak betah dan kabur. Hal ini menjadikan berkurangnya kepercayaan perusahaan Jepang kepada peserta magang yang berasal dari negara Indonesia, karena beberapa peserta magang tidak mampu untuk beradaptasi dalam menyesuaikan dirinya terhadap budaya dan faktor lainnya yang ada di Jepang.

Saat ini ada 340 para pekerja Indonesia yang berada di kota Imarishi dan bekerja di perusahaan PT Namura, mereka melakukan kegiatan pemagangan selama 3 tahun. Dalam kesehariannya para pemagang selalu berinteraksi dengan warga lokal baik karyawan dari perusahaan tersebut maupun dengan masyarakat sekitar tempat tinggal. Berbagai kebudayaan yang ada di wilayah Jepang harus mereka pelajari dan juga menghormatinya mulai dari bahasa, peraturan, dan ketentuan-ketentuan yang diberlakukan di wilayah tersebut.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan terkait kompetensi komunikasi dalam komunikasi lintas budaya di Jepang oleh peserta magang yang berada di PT. Namura. Bagaimana mereka mampu dalam beradaptasi dengan beragam budaya dan faktor lainnya seperti bahasa, kepercayaan, iklim, keadaan geografis, dan lainnya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan bisa menjadi bahan dukungan, refrensi dan pertimbangan calon peserta magang untuk mengetahui hambatan dan juga kompetensi komunikasi sebelum berangkat ke Jepang untuk dapat memahami komunikasi lintas budaya di Jepang.

## **LITERATUR**

### **Komunikasi Lintas Budaya**

Komunikasi merupakan prioritas utama dalam kehidupan sosial. Komunikasi merupakan proses interaksi untuk melakukan pertukaran informasi dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku orang lain (Koesomowidjojo, 2021). Dengan menggunakan komunikasi, berbagai informasi bisa didapatkan oleh siapa saja.

Komunikasi lintas budaya merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan pelaku imigrasi yang dikenal dengan sebutan perantau untuk bisa melakukan komunikasi, serta bisa

mendekatkan diri dengan lingkungan disekitar tempat tinggal ataupun dilingkungan tempat kerja yang mayoritas pekerjanya adalah masyarakat lokal. Dalam konteks hubungan, setiap individu membutuhkan komunikasi. Individu berkomunikasi karena membutuhkan individu lainnya untuk diajak bicara.

Liliweri (dalam Karim, 2015) menyatakan bahwa terdapat 5 alasan individu untuk berbicara, yaitu (1) individu berbicara mengenai relasi mereka dalam pekerjaan, bagaimana mereka terlibat, bagaimana kebutuhan untuk menyatakan tenaganya, (2) individu berbicara tentang komitmen yang berkaitan dengan relasi, (3) individu berbicara relasi sebagai keterlibatan, terlibat bersama secara kuantitatif maupun kualitatif dalam percakapan, dialog, membagi pengalaman, (4) individu berbicara tentang relasi dalam istilah manipulasi, misalnya bagaimana saling mengawasi dan (5) individu berbicara tentang relasi dalam istilah untuk mempertimbangkan dan memperhatikan (Karim, 2015).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Mukhtar (2013:10) metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Sumber data primer diperoleh dari hasil melakukan zoom dan wawancara dengan beberapa peserta magang yang bekerja di PT Namura di Jepang. Pada penelitian ini peneliti menggunakan studi kasus, menurut Robert Yin (1996) dalam Bungin, (2012:20) menyebutkan bahwa studi kasus merupakan suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, apabila batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan dimana multi sumber bukti dimanfaatkan. Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara dengan peserta magang via zoom. Menurut Faisal (1981:2) dalam Sutedi, (2009:164) angket atau kuesioner merupakan salah satu instrumen pengumpulan data penelitian yang diberikan responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan teknik analisis deskriptif. Menurut Sugiyono, (2016:21) metode analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hambatan Berkomunikasi**

Dari hasil wawancara melalui zoom yang telah dilakukan terhadap peserta magang di PT Namura bahwa ada beberapa poin dalam peningkatan kompetensi dalam berkomunikasi dengan karyawan PT Namura dalam menjalankan aktivitas setiap harinya. Hal ini dilakukan supaya peserta magang mampu untuk berkomunikasi secara efektif terkait pelaksanaan tugas pekerjaan yang telah diberikan. Memahami komunikasi yang baik dalam Bahasa Jepang merupakan kunci utama dalam pelaksanaan pekerjaan, selain itu ini dapat menambah percaya diri dan rasa nyaman dalam bekerja. Adapun beberapa hambatan dalam berkomunikasi Bahasa Jepang dengan karyawan yang dialami pada saat bekerja seperti penggunaan bahasa daerah yang membuat mereka bingung untuk memahaminya. Namun pada umumnya karyawan orang Jepang mereka menggunakan bahasa Jepang yang dasar

yang mudah dan dapat dipahami oleh peserta magang. Selain itu untuk memudahkan pemahaman dalam menjelaskan pekerjaan karyawan Jepang selain komunikasi dengan bahasa Jepang mereka juga menjelaskan dengan tulisan atau gambar, hal ini menjadikan peserta magang semakin mudah untuk memahami tugas dan pekerjaannya. Perusahaan PT Namura juga sangat antusias dengan para peserta magang dari Indonesia ini, ada beberapa fasilitas yang diberikan untuk menunjang kompetensi pengetahuan bahasa Jepang.

Setiap hari libur akhir pekan perusahaan memberikan bimbingan belajar bahasa Jepang gratis untuk peserta magang, dan wajib mengikutinya, hal ini tidak lepas dari keinginan perusahaan agar peserta magang tidak mengalami hambatan dalam berkomunikasi baik dilingkungan perusahaan maupun saat berada diluar. Selain itu perusahaan juga mewajibkan kepada peserta magang untuk dapat mengikuti ujian Japan Language Proficiency Test (JLPT) atau Noryoku Shiken minimal lulus dengan tingkatan atau level N4. Perusahaan juga mengapresiasi terhadap peserta magang yang dapat lulus dengan level N3, N2 hingga N1 dengan memberikan hadiah uang tunai senilai 10.000 yen. Menurut bahasa Jepang bersama, Noryoku Shiken merupakan ujian kemampuan bahasa Jepang yang diadakan setiap setahun dua kali yang ditujukan untuk orang-orang yang memiliki bahasa asli yang mereka gunakan bukan bahasa Jepang.

Bahas Jepang juga memiliki level atau tingkatan yang di mulai dari tingkatan yang paling rendah yaitu N5 dan yang paling tinggi atau mahir ada di N1 (BJB, 2014). Hal ini membuat motivasi peserta magang untuk serius dalam belajar bahasa Jepang bukan hanya dapat menambah kompetensi dalam berkomunikasi tapi juga mendapatkan hadiah dari perusahaan. Hambatan berkomunikasi dan tugas pekerjaan di perusahaan hampir tidak menjadi masalah untuk para peserta magang karena mereka mampu untuk berkomunikasi dengan baik di perusahaan. Karyawan Jepang juga sangat ramah dan baik terhadap peserta magang, ini yang menjadikan peserta magang sangat akrab dan nyaman dengan karakter karyawan Jepang yang ramah dan menyenangkan.

### **Penyesuaian Diri**

Peserta magang selain dalam kesehariannya di perusahaan, mereka juga dituntut untuk dapat bersosialisasi dengan lingkungan apartemen yang mereka tinggal. Apartemen peserta magang ini berdampingan dengan rumah warga Jepang sehingga mereka harus juga mentaati peraturan yang ada dan bersosialisasi. Warga sekitar juga sering mengadakan acara-acara dilingkungan apartemen seperti Oosouji( bersih-bersih secara besar-besaran), budaya Oosouji ini merupakan kegiatan bersih-bersih yang dilakukan pada akhir tahun atau pembersihan besar-besaran. Biasanya para anggota keluarga melakukan kegiatan ini selama satu minggu penuh untuk menyambut tahun baru. Hal serupa ini juga dilakukan oleh peserta magang dalam bentuk mengikuti budaya yang ada di Jepang mereka bersama-sama membersihkan apartemen dan sekitarnya, biasanya setelah melakukan bersih-bersih dilanjutkan dengan makan dan minum kecil bersama. Kegiatan seperti ini juga merupakan bentuk cara berinteraksi dan membentuk keakraban antara peserta magang dengan penduduk atau warga Jepang yang tinggal di sekitar apartemen. Rasa nyaman sangat dirasakan oleh peserta magang yang berada di PT Namura tersebut karena mereka mampu beradaptasi, baik di perusahaan maupun dilingkungan apartemen tinggal mereka. Selain itu Peserta magang juga ikut serta dalam mengikuti acara kebudayaan di Jepang misalnya Omatsuri.

Omatsuri (お祭り) merupakan sebuah acara perayaan tradisional yang ada di Jepang, acara ini dilaksanakan pada musim panas, tetapi ada juga perayaan ini yang dilaksanakan sepanjang tahun. Dalam perayaan festival ini bisa dilakukan dengan banyak orang pada berkerumun dan sebagian juga bisa dirayakan dengan keluarga dan warga sekitar (BJB, 2020). Biasanya peserta magang mendapatkan kesempatan untuk tampil memeriahkan acara festival tersebut. Rangkaian acara di meriahkan dengan hiburan, makan dan minum bersama ditempat seperti balai desa. Menurut Joko salah satu peserta magang dari PT Namura yang tampil dalam Oomatsuri mengatakan bahwa,

“Aku sangat senang sekali mendapat kesempatan untuk tampil memainkan musik dan bernyanyi dalam acara Oomatsuri ini, aku melihat orang-orang Jepang sangat antusias dalam menyambut keikutsertaan dari peserta magang” (Wawancara dengan Joko, 2023).

Dalam kesempatan wawancara terpisah, peneliti juga berkomunikasi terkait dengan penyesuaian musim dan juga makanan yang mereka konsumsi, karena pada dasarnya Jepang memiliki musim yang berbeda. Jepang memiliki musim panas, musim gugur, musim dingin dan musim semi, dari keempat musim yang ada di Jepang tersebut para peserta magang lebih memilih atau menyukai musim semi, hal ini dikarenakan pada saat musim semi suhu udara lebih stabil seperti suhu yang ada di Indonesia, hal ini karena masa peralihan dari musim dingin ke musim panas. Biasanya saat bunga sakura mulai berbunga ini menjadi pertanda bahwa memasuki musim semi, bunga indah yang sangat dinanti oleh warga Jepang untuk merayakan pesta bunga sambil makan dan minum dibawahnya. Tidak terlewatkan hal serupa juga dilakukan oleh peserta magang dalam upaya mengikuti budaya merayakan pesta bunga sambil makan dan minum dibawah pohonnya. Para peserta magang melepaskan penat pekerjaan dengan refreasing sejenak untuk merayakan pesta bunga sakura. Sedangkan untuk musim yang kurang disukai oleh peserta magang adalah pada saat musim panas, karena diketahui musim panas di Jepang bisa mencapai 40° Celcius. Namun ini tidak menjadi hambatan yang serius bagi peserta magang dikarenakan suhu di Indonesia juga tidak jauh berbeda pada saat musim panas.

Selain itu dalam penggunaan alat makan juga bahan baku makan yang mereka konsumsi setiap harinya hampir 60% mereka juga terbiasa menggunakan alat sumpit untuk makan, namun masih juga banyak yang menggunakan sendok atau garpu untuk makan. Biasanya mereka menggunakan alat sumpit untuk makan ketika mereka makan diluar, karena sangat jarang di toko atau tempat makan mereka menyediakan sendok garpu, tapi ketika makan di apartemen mereka masih banyak yang menggunakan sendok/garpu. Pada dasarnya mereka tidak mengalami kesulitan terhadap penggunaan alat makan yang mereka gunakan. Untuk makanan yang mereka konsumsi setiap hari mereka masih bisa mendapatkan makanan yang sesuai dengan rasa lidah mereka.

Seperti untuk mendapatkan bahan baku makanan yang halal, ada penjual bahan baku makanan halal yang setiap satu minggu sekali datang ke apartemen, sehingga sangat memudahkan mereka untuk berbelanja bahan makanan yang halal dan praktis tanpa harus keluar apartemen. Diketahui bahwa semua peserta magang beragama islam, sedangkan mereka tinggal di mayoritas penduduknya adalah non muslim jadi untuk bahan baku yang halal mereka harus jeli dalam memilih. Dengan adanya Halal Food membuat mereka sangat nyaman untuk tinggal di Perusahaan Namura, selain itu perusahaan juga memberikan fasilitas untuk beribadah kepada peserta magang karena semua peserta magang beragama islam. Disini toleransi kebudayaan umat beragama patut disyukuri oleh para peserta magang, karena mereka mendapatkan perusahaan yang peduli dengan fasilitas yang diberikan untuk

dapat melaksanakan ibadah. Kebanyakan perusahaan yang ada di Jepang tidak memberikan fasilitas tempat ibadah atau membolehkan mereka untuk melaksanakan ibadah pada waktu bekerja jam perusahaan. Salah satu peserta magang Mas Budi mengatakan bahwa

“...Orang perusahaan dan orang sekitar menyenangkan, mereka saling menghargai serta kami merasa aman meskipun di negara orang tapi kami merasa seperti di negara sendiri. Ini sangat bagus untuk meningkatkan kepribadian serta pola berpikir kritis seperti kebiasaan sumber daya manusia di negara Jepang ini. Selain itu kami nyaman karena bisa beribadah dilingkungan perusahaan maupun apartemen, banyak teman dan lokasi sekitar juga tidak berisik” (wawancara dengan Budi, 2023).

Dari pernyataan peserta magang tersebut bahwa mereka sangat nyaman untuk tinggal dilingkungan apartemen PT Namura tersebut, selain itu untuk penyesuaian musim dan juga dengan kebutuhan makanan yang mereka konsumsi juga tidak mengalami kesulitan. Selain itu mereka juga sangat senang dengan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan yaitu disediakannya waktu dan tempat untuk dapat melaksanakan ibadah. Dapat disimpulkan bahwa peserta magang hampir tidak ada hambatan yang serius dalam mereka menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berbeda di daerah asalnya, karena mereka mampu menyesuaikan dirinya dengan lingkungan sekitarnya

### **Budaya dan Kebiasaan**

Jepang terkenal dengan berbagai kebudayaan yang antara lain dari budaya antri, budaya bersih, disiplin dan kebudayaan yang lainnya. Di Jepang juga ada budaya yang saling menghormati yang biasa orang Jepang lakukan yaitu *aisatsu*. *あいさつ* (*Aisatsu*) adalah tindakan salam atau menyapa untuk menunjukkan kesopanan dan keramahan dengan posisi badan membungkuk yang biasa dilakukan oleh orang Jepang (Ikuzo, 2020). Berdasarkan data yang diperoleh melalui zoom dengan peserta magang PT Namura, dapat diketahui bahwa mereka selalu memberikan salam kepada orang Jepang baik dilingkungan perusahaan maupun saat berada diluar. Dengan mengucapkan salam ini menunjukkan bahwa peserta magang mampu menunjukkan sikap saling menghormati, sikap ramah dan keakraban baik antara junior dan senior dalam perusahaan maupun saat bertemu dengan orang Jepang diluar. Ini merupakan salah satu budaya Jepang yang wajib dilakukan oleh peserta magang untuk saling menghormati, bersikap sopan dan ramah terhadap orang Jepang. Orang Jepang sangat menghargai ketika peserta magang melakukan *aisatsu* kepadanya, sehingga orang Jepang pun akan segan dan membalasnya, karena mereka menyadari bahwa peserta magang sangat menghargai budayanya dengan melakukan *aisatsu*.

Selain itu peserta magang juga selalu melakukan budaya yang satu ini yaitu budaya antri. Budaya antri ini merupakan sebuah cerminan yang dilakukan masyarakatnya Jepang dalam menghargai sikap kedisiplinan, banyak dari budaya antri di Jepang ini menjadi inspirasi diberbagai negara. Kuncinya memiliki niat dan disiplin dalam melakukan antri, maka akan mudah untuk dapat mengantri dengan rapi seperti orang Jepang lakukan. Mas Arif peserta magang perusahaan Namura juga mengungkapkan bahwa

“...Saya sangat malu untuk tidak mengantri ketika melihat warga Jepang mengantri misalnya di stasiun kereta, meskipun sangat ramai untuk masuk kedalam kereta mereka selalu berbaris satu jalur yang lurus dan rapi. Apabila saya menyerobot untuk tidak mengantri orang Jepang akan melihat aneh karena hal itu tak wajar di negaranya” (wawancara dengan Arif, 2023).

Masih terkait budaya di Jepang peserta magang juga selalu menerapkan budaya bersih dimana saja mereka berada, misal dalam berada di apartemen mereka selalu melakukan bersih-bersih kamar yang mereka tempati setiap satu minggu sekali secara bergiliran, selain itu juga pembersihan sekitar apartemen secara bersama-sama. Pada saat berada diluarpun juga sama apabila mereka tidak menemukan tempat sampah yang disediakan mereka akan membawa sampah itu untuk dibuang di rumah. Untuk membuang sampah mereka juga sudah memilah sampah yang mereka akan buang, mereka akan membuang sampah sesuai dengan tempat yang sudah diberlakukan di Jepang, hal ini untuk memudahkan dalam pengolahan sampah.

Disiplin merupakan prinsip yang selalu dilakukan oleh semua warga Jepang, mereka selalu menerapkan sikap disiplin dimana saja tempat mereka berada, hal ini menjadikan peserta magang terbiasa untuk mengikuti kebiasaan yang dilakukan oleh orang Jepang. Saudara Kamdiyo salah satu peserta magang mengatakan ketika diajak bertemu orang Jepang diluar bahwa

“...Kami harus datang 30 menit sebelum jam yang telah ditentukan, karena kalo 10 menit saja kita datang sesuai waktu yang ditentukan itu sama saja sudah terlambat menurut mereka. Ketika kami sudah membuat mereka kecewa maka orang Jepang akan sulit untuk percaya lagi sama kami” (wawancara dengan Kamdiyo, 2023).

Berdasarkan pengalaman tersebut disiplin merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh peserta magang untuk dapat selalu dipercaya oleh orang Jepang. Hal ini juga sering dilakukan dilingkungan perusahaan dalam mentaati peraturan yang ada di perusahaan seperti datang sebelum jam masuk, melaksanakan pekerjaan sesuai dengan target yang ditentukan dan disiplin terhadap diri sendiri untuk selalu mematuhi keselamatan pada saat bekerja. Dari pernyataan peserta magang tersebut mereka mampu untuk menerapkan budaya yang ada di Jepang, baik dalam budaya saling menghormati, budaya untuk mengantri, budaya menjaga kebersihan dan juga budaya disiplin. Semua ini harus memiliki tekad dan juga rasa keinginan untuk terus belajar memahami kebudayaan yang menjadi kebiasaan orang Jepang.

## **SIMPULAN**

Peserta magang yang berada di Perusahaan Namura mereka mampu dalam melakukan komunikasi lintas budaya dengan baik dilingkungan perusahaan maupun luar dengan warga Jepang. Mereka mampu untuk berkomunikasi dengan bahasa Jepang dengan usaha yang mereka lakukan, sehingga tidak ada hambatan dalam pekerjaan yang diperintahkan, selain itu mereka juga selalu aktif dan berpartisipasi dalam berbagai acara perayaan kebudayaan. Hampir semua peserta magang juga terbiasa dengan budaya yang ada seperti budaya antri, budaya bersih dan juga disiplin, hal ini merupakan hasil dari persiapan peserta magang melakukan pelatihan dan pelajaran bahasa di LPK sebelum mereka berangkat ke Jepang. Selain itu juga pembekalan yang diberikan oleh pengajar untuk mengantisipasi kendala dalam proses adaptasi dengan kebudayaan yang ada di Jepang. Kebiasaan yang dilakukan oleh peserta magang terhadap perilaku orang Jepang dalam sehari-hari sudah dianggap seperti budaya mereka sendiri. Mereka juga sangat nyaman untuk tinggal dilingkungan PT Namura karena banyak fasilitas yang diberikan oleh perusahaan seperti pembelajaran bahasa Jepang, tempat beribadah dan kesempatan untuk mengikuti acara-acara kebudayaan. Mereka beranggapan meskipun berada di negara orang tapi seperti merasa di negara sendiri, ini

menunjukkan bahwa mereka sudah beradaptasi dan menyatu dengan budaya yang ada di Jepang.

Dalam penelitian ini peneliti sebagai penulis menyadari masih banyak yang kurang dan penelitian ini perlu dikembangkan lagi, meskipun dalam penelitian ini peneliti juga menjalani sebagai peserta magang dan juga melakukan wawancara kepada sesama peserta magang yang saat ini masih ada di PT Namura. Dapat diketahui juga bahwa masih banyak yang harus dipelajari lagi oleh peserta magang dalam penyesuaian diri terhadap budaya dan bahasa yang ada di Jepang. Maka dari itu, apabila ada yang ingin untuk mengembangkan atau meneruskan penelitian ini bisa mengambil untuk diteliti kembali baik dari segi pembahasan atau yang lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bahasa Jepang Bersama. (2014, Juni). Informasi Tentang JLPT (Japanese Language Proficiency Test). <https://www.bahasajepangbersama.com/2014/06/tentang-jlpt-japanese-language.html>
- Bahasa Jepang Bersama. (2020, Oktober). Omatsuri, Festival Tradisional di Jepang yang Penuh Nilai Sejarah dan Budaya. <https://www.bahasajepangbersama.com/2020/10/omatsuri-festivaltradisional-di-Jepang.html>
- Ikizo. (2020, September 15). Belajar Bahasa Jepang: あいさつ (Aisatsu) / Salam Sapaan. <https://goikuzo.com/belajar-bahasa-Jepang-あいさつ-aisatsu-salam-sapaan/>
- Koesomowidjojo, S. R. (2021). Dasar-dasar Komunikasi. Jakarta: Penerbit Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
- Kontan.co.id. (2023, Mei 04). Kemnaker Perkuat Program Magang Di Jepang, Cek Syarat dan Gaji Magang Di Jepang. <https://industri.kontan.co.id/news/kemnaker-perkuat-program-magang-di-Jepang-cek-syarat-dan-gaji-magang-di-Jepang> / Jumlah peserta magang.
- Liliweri, Alo. 2016. Konfigurasi dasar teori-teori komunikasi antarbudaya. Bandung: Nusa Mayantara. (2018, Desember 24). Level Bahasa Jepang Pemula dan Tips Meningkatkan. <https://bali.mayantara.sch.id/rilis/level-bahasa-Jepang-pemula-dan-tips-meningkatkannya.htm>
- Mirhrm, Ade Tuti Turistiati. 2019. Kompetensi komunikasi antarbudaya. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Mukhtar. 2013. Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta: Referensi (GP Press Group)
- Mulyana, Deddy. 2004. Komunikasi efektif : suatu pendekatan lintas budaya. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wahyuni, Nolia Sri, dan Dewi Kania Izmayanti. (2021). Penyesuaian Diri Peserta Magang Terhadap Budaya Jepang: Studi Kasus Kenshusei Sumatera Barat di Jepang. *Ejurnal.Bunghatta*, 2 (3) , 1-8

---

# BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi  
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

---

## PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI BADAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAERAH KABUPATEN REJANG LEBONG

**Henki Eko Saputra**  
Universitas Terbuka  
henkiesosapytra13@gmail.com

### Abstract

*This study evaluates the effect of interpersonal communication on employee performance at the Regional Financial Management Board of Rejang Lebong Regency. Using quantitative methods and data from 43 respondents, the results of simple linear regression analysis show that interpersonal communication has a positive influence on employee performance. These results indicate that increased interpersonal communication contributes to increased employee performance at the BPKD. However, it should be noted that these results need to be considered in a broader context by considering other factors that affect employee performance. This research is expected to contribute to understanding the importance of interpersonal communication in improving employee performance in an organization. The results are expected to be used to improve interpersonal communication and achieve organizational goals effectively.*

**Keywords:** *Interpersonal Communication, Employee Performance, Communication Effectiveness Job satisfaction*

### Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kinerja pegawai di Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong. Menggunakan metode kuantitatif dan data dari 43 responden, Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pegawai. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan komunikasi interpersonal berkontribusi pada peningkatan kinerja pegawai di BPKD. Namun, perlu diperhatikan bahwa hasil ini perlu dipertimbangkan dalam konteks yang lebih luas dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja pegawai. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami pentingnya komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kinerja pegawai dalam suatu organisasi. Hasilnya diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi interpersonal dan mencapai tujuan organisasi secara efektif.

**Kata kunci:** *Komunikasi Interpersonal, Kinerja Pegawai, Efektivitas Komunikasi, Kepuasan Kerja*

**BUANA  
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi  
Ilmu Komunikasi  
Volume 04  
Nomor 01  
Halaman 25- 33  
Bandung, Juni 2023

p-ISSN : 2774-2342  
e-ISSN : 2774-2202

---

Tanggal Masuk :  
**22 Juni 2023**  
Tanggal Revisi :  
**24 Juni 2023**  
Tanggal Diterima :  
**24 Juni 2023**

---

## **PENDAHULUAN**

Kinerja pegawai merupakan hal yang penting dalam mencapai tujuan organisasi. Kinerja yang baik akan meningkatkan kualitas pelayanan dan produktivitas suatu organisasi. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai adalah komunikasi. Komunikasi merupakan salah satu elemen penting dalam suatu organisasi, termasuk organisasi pemerintah daerah. Dalam konteks organisasi pemerintah daerah, komunikasi personal menjadi salah satu bentuk komunikasi yang penting untuk diperhatikan karena dapat mempengaruhi kinerja pegawai. Badan Pengelolaan Keuangan Daerah (BPKD) Kabupaten Rejang Lebong sebagai lembaga pemerintahan memainkan peran yang sangat penting dalam pengelolaan keuangan daerah, yang berkaitan dengan anggaran, pembiayaan, dan akuntabilitas keuangan. Kinerja pegawai BPKD Kabupaten Rejang Lebong sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka untuk berkomunikasi secara efektif satu sama lain, terutama dalam hal komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal adalah proses saling bertukar pesan antara individu yang melibatkan penggunaan bahasa lisan atau tulisan serta perilaku nonverbal. Dalam konteks organisasi, komunikasi interpersonal terjadi antara rekan kerja, atasan dan bawahan, serta pelanggan. Komunikasi interpersonal yang efektif akan berdampak pada peningkatan produktivitas, kualitas pekerjaan, motivasi, dan kepuasan kerja. Sebaliknya, komunikasi interpersonal yang tidak efektif akan mengakibatkan konflik, ketidakpastian, dan ketidakpercayaan antara individu atau kelompok. Di lingkungan BPKD Kabupaten Rejang Lebong, komunikasi interpersonal yang efektif sangatlah penting. Kinerja pegawai BPKD dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kemampuan mereka untuk berkomunikasi dengan baik dengan rekan kerja, atasan, dan pelanggan. Komunikasi interpersonal yang buruk dapat mengakibatkan kesalahpahaman, kebingungan, dan bahkan konflik di antara individu atau kelompok di BPKD.

Selain itu, komunikasi interpersonal yang efektif juga mempengaruhi kerjasama dan koordinasi antara pegawai BPKD. Dalam lingkungan kerja yang kompleks seperti BPKD, banyak tugas yang memerlukan kerjasama tim dan koordinasi yang baik antara pegawai. Tanpa komunikasi interpersonal yang efektif, tugas-tugas tersebut dapat menjadi sulit dan bahkan tidak terlaksana dengan baik. Dalam hal ini, komunikasi interpersonal yang efektif dapat membantu pegawai BPKD agar dapat bekerja sama dengan baik dalam mencapai tujuan organisasi. Komunikasi interpersonal yang efektif juga dapat mempengaruhi motivasi dan kepuasan kerja pegawai BPKD. Komunikasi interpersonal yang baik memungkinkan pegawai BPKD untuk saling berbagi informasi, ide, dan saran dengan rekan kerja dan atasan. Hal ini dapat membantu meningkatkan rasa kepercayaan diri pegawai dalam menjalankan tugas-tugas mereka, serta memberikan rasa penghargaan dan dukungan dari rekan kerja dan atasan. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mempengaruhi motivasi dan kepuasan kerja pegawai, yang tentunya bertujuan untuk meningkatkan kinerja mereka di BPKD.

## **LITERATUR**

Definisi komunikasi interpersonal adalah proses transfer informasi antara individu-individu. Menurut Luthans (2006), hal ini melibatkan interaksi manusia di antara media komunikasi dan teknologi di satu sisi, serta komunikasi nonverbal di sisi lainnya. Wood and Setiawan (2013) juga menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal adalah bagian dari interaksi antar

beberapa orang, menunjukkan bahwa itu melibatkan komunikasi yang lebih pribadi antara individu-individu.

Beberapa faktor yang dapat mendorong keberhasilan komunikasi interpersonal adalah keterbukaan, empati, dukungan, dan sikap positif (Devito, 2011). Sebaliknya, ada faktor-faktor yang harus dihindari agar komunikasi interpersonal berhasil, seperti perbedaan persepsi dan bahasa, pendengaran yang buruk, gangguan emosional, perbedaan budaya, dan gangguan fisik (Dewi, 2007). Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengelola faktor-faktor ini guna menciptakan komunikasi interpersonal yang efektif.

Jenis-jenis komunikasi interpersonal dapat dilihat dari berbagai perspektif. Menurut Robbins and Judge (2008), jenis-jenis tersebut meliputi komunikasi lisan, tertulis, dan nonverbal. Sementara itu, menurut Kreitner and Kinicki (2014), jenis-jenis komunikasi interpersonal mencakup assertiveness, aggressiveness, non-assertiveness, komunikasi nonverbal, dan active listening. Dalam setiap jenis komunikasi yang dilakukan, tujuannya adalah mencapai umpan balik yang baik.

Menurut Mangkunegara (2017), kinerja merupakan hasil kerja seseorang yang mencakup aspek kualitas dan kuantitas, sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada mereka. Bangun (2012) juga menyatakan bahwa kinerja adalah hasil pekerjaan seseorang berdasarkan persyaratan pekerjaan. Kedua pendapat ini menunjukkan bahwa kinerja dipengaruhi oleh aktivitas individu yang akumulatif dalam konteks organisasi. Lebih lanjut, kinerja adalah segala sesuatu yang dihasilkan melalui tugas dan tanggung jawab tertentu (Djajasinga et al., 2021). Jika pekerjaan dilakukan sesuai dengan standar dan norma organisasi, maka itu dianggap sebagai kinerja yang baik (Indajang et al., 2021).

Motivasi, lingkungan kerja, dan komunikasi adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai. Dalam hal ini, komunikasi personal menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kinerja pegawai. Hasil penelitian sebelumnya telah mengungkapkan adanya korelasi yang signifikan antara komunikasi interpersonal dan kinerja pegawai. Dalam setiap kegiatan di organisasi, pegawai perlu menjalankan komunikasi yang efektif baik dengan individu maupun kelompok.

Salah satu bentuk komunikasi yang berperan penting adalah komunikasi interpersonal, yang berdampak positif pada kinerja pegawai. Temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Lukmanati, Yulisar, dan Minartiwi (2018) serta Handayani dan Suryani (2019) mengindikasikan bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai. Komunikasi interpersonal dapat meningkatkan kinerja pegawai melalui fasilitasi pertukaran informasi yang efektif, penguatan hubungan interpersonal, dan peningkatan kepercayaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data. Menurut Sekaran (2006), kuesioner merupakan sebuah instrumen yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang telah disusun sebelumnya, yang bertujuan untuk dikirimkan kepada responden agar mereka dapat memberikan jawaban. Kuesioner ini umumnya berisi opsi jawaban yang sudah didefinisikan dengan jelas. Sampel penelitian ini adalah Karyawan/ Karyawati Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kab. Rejang Lebong yang berjumlah 43 responden yang merupakan jumlah Aparatur Sipil

Negara Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong berdasarkan data kepegawaian pada Mei 2023.

Menurut Arikunto (2012:104), apabila jumlah orang dalam populasi kurang dari 100, maka semua individu dalam populasi tersebut dijadikan sampel. Namun, jika jumlah populasi melebihi 100 orang, maka dapat diambil sekitar 10-15% atau 20-25% dari total jumlah populasi sebagai sampel. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Analisis regresi linear sederhana merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Pada kasus ini, variabel bebasnya adalah komunikasi interpersonal dan variabel terikatnya adalah kinerja pegawai.

Dalam analisis regresi linear sederhana, terdapat persamaan regresi yang dapat digunakan untuk mengukur pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kinerja pegawai. Persamaan regresi linear sederhana dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y : variabel terikat (kinerja pegawai)

X : variabel bebas (komunikasi interpersonal)

a : konstanta

b : koefisien regresi (menunjukkan besarnya pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kinerja pegawai)

e : galat (error)

Dengan melakukan analisis regresi linear sederhana, dapat dihasilkan informasi yang berguna untuk meningkatkan kinerja pegawai di lingkungan BPKD Rejang Lebong melalui peningkatan komunikasi interpersonal di antara pegawai.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil pengelompokan kriteria jawaban rata-rata responden untuk memberikan deskripsi kuantitatif terhadap jawaban responden dapat ditampilkan melalui tabel yang dihasilkan oleh aplikasi Program SPSS dibawah :

**Tabel 3.1**  
**(Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dengan Kinerja Pegawai BPKD Rejang Lebong**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B		Beta		
1 (Constant)	14.236	2.155		6.607	.000
Komunikasi Interpersonal	.156	.123	.194	1.267	.212

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

$$Y = a + bX + e$$

$$= 14,236 + 0,156x$$

Berdasarkan tabel diatas, ditunjukkan persamaan  $\hat{Y} = 14,236 + 0,156x$ , Hasil hubungan antara komunikasi interpersonal dengan kinerja pegawai yang diberikan dalam persamaan regresi sederhana  $\hat{Y} = 14,236 + 0,156x$  memiliki interpretasi sebagai berikut:

- Nilai 14,236 adalah intercept atau nilai perkiraan kinerja pegawai ketika komunikasi interpersonal (x) adalah nol. Dalam konteks ini, ini berarti bahwa jika komunikasi interpersonal tidak ada (nilai x = 0), maka perkiraan kinerja pegawai ( $\hat{Y}$ ) adalah sebesar 14,236.
- Koefisien regresi 0,156 (di depan variabel independen x) menggambarkan pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kinerja pegawai. Dalam hal ini, setiap peningkatan satu unit dalam variabel komunikasi interpersonal (x) dikaitkan dengan peningkatan perkiraan kinerja pegawai ( $\hat{Y}$ ) sebesar 0,156.

Dengan demikian, hasil tersebut menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pegawai dilingkungan Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong. Dalam beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Lukmanati, Yulisar, dan Minartiwi (2018) serta Handayani dan Suryani (2019), ditemukan bahwa komunikasi antarpribadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja para pegawai.

Peningkatan dalam komunikasi interpersonal diharapkan berkontribusi pada peningkatan kinerja pegawai. Namun, penting untuk diingat bahwa hasil tersebut berasal dari analisis regresi sederhana dan mungkin perlu diperhatikan dalam konteks lebih luas dengan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja pegawai.

Untuk mengobservasi tingkat hubungan yang kuat antara variabel-variabel dan seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat, kita dapat menggunakan analisis korelasi dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS yang menghasilkan data berbentuk table dibawah:

**Tabel 3.2**  
**(Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal dan Kinerja Pegawai)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.194 <sup>a</sup>	.038	.014	1.352

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal

b. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Dari tabel Model Summary diatas, kita dapat melihat beberapa statistik penting yang menjelaskan hubungan antara komunikasi interpersonal dan kinerja pegawai. Berikut adalah penjelasan untuk setiap statistik:

- R: Nilai R (korelasi) adalah 0,194. Ini menunjukkan adanya hubungan positif, tetapi lemah antara komunikasi interpersonal dan kinerja pegawai. Semakin dekat nilai R dengan 1, semakin kuat hubungan antara variabel-variabel tersebut.
- R Square: Nilai R Square (koefisien determinasi) adalah 0,038. Ini berarti bahwa komunikasi interpersonal hanya menjelaskan sebesar 3,8% variasi dalam kinerja pegawai. Sisanya, sekitar 96,2% variasi kinerja pegawai dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model dalam penelitian ini. Koefisien determinasi mengindikasikan sejauh mana variabel independen (komunikasi interpersonal) mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen (kinerja pegawai).
- Adjusted R Square: Nilai Adjusted R Square adalah 0,014. Ini adalah penyesuaian dari R Square yang memperhitungkan jumlah variabel independen dalam model. Semakin dekat nilai Adjusted R Square dengan 1, semakin baik model dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut.
- Std. Error of the Estimate: Nilai Standar Error of the Estimate adalah 1,352. Ini menggambarkan estimasi kesalahan rata-rata dalam memprediksi kinerja pegawai berdasarkan model regresi ini. Semakin rendah nilai Standar Error of the Estimate, semakin baik model dalam memprediksi nilai kinerja pegawai.

Secara keseluruhan, hasil dari Model Summary menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh yang lemah dan hanya menjelaskan sebagian kecil variasi dalam kinerja pegawai dilingkungan Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong. Terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja pegawai di luar komunikasi interpersonal yang perlu dipertimbangkan.

Uji hipotesis menggunakan uji t digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Dalam pengujian ini, syarat yang digunakan adalah melihat nilai signifikansi yang kurang dari atau sama dengan 0,05. Jika nilai signifikansi memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis dapat diterima. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.3**  
**(Uji Hipotesis Untuk Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Pegawai)**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	6.607	.000
	Komunikasi Interpersonal	1.267	.212

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Berdasarkan tabel Coefficients diatas, kita dapat menjelaskan hasil uji hipotesis untuk pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kinerja pegawai.

1. *Uji Hipotesis untuk Intercept (Constant):*
  - Nilai t adalah 6.607, dan nilai Sig. (signifikansi) adalah .000.
  - Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0.05$ , karena nilai Sig.  $< \alpha$ , kita dapat menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) bahwa tidak ada hubungan antara intercept dan kinerja pegawai.
  - Jadi, ada bukti statistik yang signifikan bahwa intercept (14.236) berbeda secara signifikan dari nol dan memiliki pengaruh terhadap kinerja pegawai.
2. *Uji Hipotesis untuk Komunikasi Interpersonal:*
  - Nilai t adalah 1.267, dan nilai Sig. adalah .212.
  - Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0.05$ , karena nilai Sig.  $> \alpha$ , kita tidak memiliki bukti statistik yang cukup untuk menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) bahwa tidak ada hubungan antara komunikasi interpersonal dan kinerja pegawai.
  - Jadi, tidak ada bukti statistik yang signifikan untuk menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai.

Dalam kesimpulan, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa intercept memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai dilingkungan Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong, sementara komunikasi interpersonal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai. Dalam konteks ini, faktor-faktor lain di luar variabel komunikasi interpersonal mungkin memainkan peran yang lebih dominan dalam menentukan kinerja pegawai dilingkungan Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan program SPSS, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara komunikasi interpersonal dan kinerja pegawai di Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif komunikasi interpersonal terhadap kinerja pegawai. Namun, pengaruh tersebut tergolong lemah karena nilai koefisien determinasi (R Square) hanya sebesar 0,038, yang berarti komunikasi interpersonal hanya menjelaskan

3,8% variasi dalam kinerja pegawai. Faktor-faktor lain di luar variabel komunikasi interpersonal juga berperan dalam menentukan kinerja pegawai.

Selanjutnya, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa intercept (14,236) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal ini berarti bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam kinerja pegawai ketika komunikasi interpersonal adalah nol. Namun, tidak ditemukan bukti statistik yang cukup untuk menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh positif, meskipun lemah, terhadap kinerja pegawai di Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong. Namun, faktor-faktor lain di luar komunikasi interpersonal juga perlu dipertimbangkan dalam mempengaruhi kinerja pegawai. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dan memberikan wawasan bagi manajemen dalam meningkatkan kinerja pegawai dengan memperhatikan faktor-faktor lain yang mempengaruhi.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Rejang Lebong untuk meningkatkan kinerja pegawai. Salah satunya adalah meningkatkan komunikasi interpersonal melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan komunikasi pegawai guna memperbaiki kolaborasi dan kinerja tim. Selain itu, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna mengidentifikasi faktor-faktor lain yang memiliki hubungan yang lebih kuat dengan kinerja pegawai serta memberikan perhatian khusus pada faktor-faktor seperti kepemimpinan, pengembangan keterampilan, motivasi, dan pengakuan kinerja. Terlebih lagi, penting untuk menerapkan pendekatan dan metode manajemen yang efektif, seperti pengaturan tujuan yang jelas, umpan balik konstruktif, dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung. Terakhir, evaluasi kinerja pegawai secara berkala dan pemantauan kemajuan juga perlu dilakukan untuk mengidentifikasi area perbaikan dan mengambil tindakan yang diperlukan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Danang Sunyoto. (2013). *Teori, Kuisisioner dan Analisis Data Sumber Daya Manusia (Praktik Penelitian)*. Center for Academic Publishing Service.
- Devito, J. A. (2011) *Komunikasi Antar Manusia*. Edited by L. et. al. Saputra. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi*: Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Handayani, L. and Suryani, N. (2019) 'Pengaruh Kinerja Pegawai, Komunikasi Interpersonal dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kepuasan Masyarakat Melalui Kualitas Pelayanan', *Economics Education Analysis Journal*, 8(2), pp. 743–757.
- Lukmanati, Yulisar, B. and Minartiwi, Y. (2018) 'Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kinerja Pegawai Pada SMA Pomosda Tanjunganom Nganjuk', *Cyber-Techn*, 3(1), pp. 65–75.
- Febriarti, Puspita Nartika. (2015). 'Pengaruh Disiplin Kerja, Kompetensi Pegawai dan Fasilitas Kantor terhadap Kualitas Pelayanan SubBagian Tata Pemerintahan pada Pembuatan Kartu Keluarga (KK) di Kantor Kecamatan Mirit Kabupaten Kebumen'. *Economic Education Analysis Journal*, 4 (1) : 141-150

- Ikhsani, Ary Fidayatul dan Muhsin. (2017). Pengaruh Komunikasi Non Formal, Disiplin Kerja, Kompetensi Pegawai dan Empati Pegawai Tata Usaha terhadap Pelayanan Siswa SMK Palebon Semarang. *Economic Education Analysis Journal*. 6 (1). Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Mukaromah, Siti. (2013). “Pengaruh Penataan Arsipdan Kompetensi Petugas Arsip terhadap Kualitas Pelayanan pada Sub Bagian TataUsaha di Kantor Kementrian AgamaKabupaten Demak”. *Economic Education Analysis Journal*,6 (1) : 139-151

---

# BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi  
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

---

## PENERAPAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI DALAM MENGATASI GANGGUAN KESEHATAN MENTAL PADA GENERASI MILENIAL

Rita Nurwulan Sari<sup>1</sup>

Universitas Sangga Buana  
ritanurwulan18@gmail.com

Nunung Sanusi<sup>2</sup>

Universitas Sangga Buana  
nunung.sanusi11@gmail.com

### Abstract

*This study uses an interpretive qualitative approach with a phenomenological study type of research. Interpretive is a social system that interprets behavior in detail by means of direct observation. This interpretation comes from efforts to find explanations about social events based on the perspectives and experiences of research subjects. Communication psychology can be applied to survivors of mental health disorders, if there is effective communication in the communication process, the psychology of the communicator views communication as not only being able to speak but also requiring a convincing appearance. This means that the communicant does not only pay attention to what the communicator says and communication psychology also applies message psychology, the message referred to here is language, namely the conclusion of words. The power of language that can move and control something.*

**Keywords:** *Communication Pshicology, Mental Health, Millenial Generation*

### Abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretif dengan tipe penelitian studi fenomenologi. Interpretif merupakan sistem sosial yang memaknai perilaku secara terperinci dengan cara observasi langsung. Interpretif ini berasal dari upaya untuk menemukan penjelasan mengenai peristiwa-peristiwa sosial yang didasarkan pada sudut pandang serta pengalaman subjek penelitian. Psikologi komunikasi dapat diterapkan pada penyintas gangguan kesehatan mental, jika dalam proses komunikasi itu terdapat komunikasi yang efektif, psikologi komunikator yaitu memandang komunikasi tidak hanya dapat berbicara tetapi juga memerlukan penampilan yang meyakinkan. Artinya komunikasi *tidak hanya memperhatikan apa yang dikatakan komunikator dan psikologi komunikasi juga menerapkan psikologi pesan, pesan yang dimaksud disini adalah bahasa yaitu kesimpulan kata-kata. Kekuatan bahasa yang dapat menggerakkan dan mengendalikan sesuatu.*

**Kata kunci:** Psikologi Komunikasi, Kesehatan Mental, Generasi Milenial

**BUANA  
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi  
Ilmu Komunikasi  
Volume 04  
Nomor 01  
Halaman 34- 43  
Bandung, Juni 2023

p-ISSN : 2774-2342  
e-ISSN : 2774-2202

---

Tanggal Masuk :  
**22 Juni 2023**  
Tanggal Revisi :  
**23 Juni 2023**  
Tanggal Diterima :  
**24 Juni 2023**

---

## **PENDAHULUAN**

Kesehatan mental memiliki peranan yang penting seperti kesehatan fisik lainnya. Kesehatan mental yang terganggu diantaranya berawal dari keluarga yang tidak harmonis. Salah satu faktor tidak harmonisnya sebuah keluarga adalah kurangnya komunikasi ataupun terjadinya bias pada komunikasi. Kurang bersosialisasi dan berinteraksi cenderung membuat kesehatan mental semakin menurun. Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan interaksi dan sosialisasi dengan makhluk lainnya. Dalam proses interaksi dan sosialisasi ini terbentuk komunikasi, artinya komunikasi terjadi dan tercipta dimana-mana. Komunikasi dapat menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih sayang, menciptakan perdamaian, menyebarkan ilmu pengetahuan, menerima informasi dan juga melestarikan budaya. Namun, komunikasi juga bisa menghidupkan permusuhan, menanamkan kebencian, menyebarkan kebohongan dan menghambat pemikiran. Kegagalan dan keberhasilan dalam komunikasi juga dapat menjadipenentu terbentuknya kesehatan mental.

Generasi milenial adalah generasi yang rentan terhadap gangguan kesehatan mental seperti depresi. Generasi milenial tumbuh dengan lahirnya teknologi dan internet. Adiktif internet yang terjadi pada generasi milenial berakibat pada tumpulnya mereka dalam bersosialisasi. Akibatnya, banyak kegagalan dalam berkomunikasi. Kegagalan berinteraksi dan berkomunikasi inilah yang membuat generasi milenial rentan depresi. Kurangnya komunikasi akan menghambat kepribadian. Terkait kesehatan mental dan komunikasi, psikologi komunikasi berperan penting dalam pembentukan mental itu sendiri. Pada teorinya sendiri psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan dan mengendalikan peristiwa mental melalui komunikasi. Keadaan psikologis setiap manusia dapat dikendalikan dengan adanya makna psikologi komunikasi, pengalaman mengenai penerapan psikologi komunikasi dan juga bagaimana kesadaran atau nilai psikologi komunikasi. Pemaknaan, pengalaman dan kesadaran dalam psikologi komunikasi dalam mengatasi gangguan kesehatan mental.

Dari rumusan masalah di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini ialah: 1) Apa makna psikologi komunikasi dalam mengatasi depresi pada generasi milenial?; 2) Bagaimana pengalaman generasi milenial mengenai peran psikologi komunikasi untuk mengatasi depresi?; 3) Bagaimana kesadaran generasi milenial dalam pentingnya psikologi komunikasi untuk mengatasi depresi? Dengan melihat identifikasi masalah, maka tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui makna psikologi komunikasi dalam mengatasi depresi pada generasi milenial; 2) Untuk menjelaskan pengalaman generasi milenial mengenai peran psikologi komunikasi dalam mengatasi depresi; 3) Untuk menjelaskan kesadaran generasi milenial dalam pentingnya psikologi komunikasi untuk mengatasi depresi.

## **LITERATUR**

### **Psikologi Komunikasi**

Psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari komunikasi dari aspek psikologi, yaitu ilmu yang berusaha mendeskripsikan, memprediksikan, dan mengontrol mental dan perilaku, baik komunikasi yang dilakukan melalui komunikasi antarpersonal, komunikasi antarkelompok, maupun komunikasi massa. Artinya, ilmu psikologi komunikasi dibangun berdasarkan berbagai teori yang berupaya menjelaskan bagaimana individu berinteraksi satu dengan yang lain berdasarkan tinjauan psikologi.

## **Psikologi**

Psikologi itu adalah ilmu yang mempelajari mental, perilaku dan jiwa seseorang. Psikologi berasal dari bahasa Yunani yakni *psychology* yang merupakan gabungan dari kata *psyche* dan *logos*. *Psyche* berarti jiwa dan *logos* berarti ilmu. Oleh karena itu, secara harfiah dapat dipahami bahwa psikologi adalah ilmu jiwa. Kata *logos* juga sering dimaknai sebagai nalar dan logika. Kata *logos* ini menjadi pengetahuan merata dan dapat dipahami lebih sederhana. Kata *psyche* lah yang menjadi diskusi menarik bagi sarjana psikologi. Istilah *psyche* atau jiwa masih sulit didefinisikan karena jiwa itu merupakan objek yang bersifat abstrak, sulit dilihat wujudnya, meskipun tidak dapat disangkal keberadaannya. *Psyche* sering kali diistilahkan dengan kata *psikis*. (Adnan Achiruddin Saleh, 2018:2).

## **Komunikasi**

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *comunicatio* atau *comunicare*, yang berarti "melakukan hal yang sama" (*do the same*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin serupa lainnya. Setiap orang tentunya memiliki pendapat yang berbeda tentang definisi dari komunikasi itu sendiri. Menurut Shannon dan Weaver komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal tapi juga dalam bentuk ekspresi muka, lukisan dan teknologi.

## **Kesehatan Mental**

Kesehatan mental merujuk kepada kesehatan dengan seluruh aspek perkembangan seseorang. Kesehatan mental meliputi upaya-upaya dalam mengatasi permasalahan hidup hingga stress, ketidakmampuan dalam menyesuaikan diri, bagaimana bersosialisasi, dan berkaitan juga dengan pengambilan keputusan. Adakalanya dalam waktu tertentu manusia mengalami masalah kesehatan mental dalam kehidupannya. Menurut WHO kesehatan mental adalah suatu kondisi kesejahteraan individu yang menyadari potensinya sendiri, dapat mengatasi tekanan kehidupan yang normal, dapat bekerja secara produktif, dan mampu memberikan kontribusi kepada komunitasnya, ("WHO | Mental health: a state of well-being" t.t.)

## **Depresi**

Depresi adalah gangguan suasana hati yang ditandai dengan perasaan sedih yang mendalam, rasa tidak peduli hingga kehilangan minat terhadap sesuatu yang sangat disukai. Setiap orang pasti pernah mengalami hal ini, namun seseorang dinyatakan depresi jika sudah lebih dari dua minggu merasakan gejalanya (Sumber: Alodokter). Jika tidak mendapat penanganan depresi dapat menimbulkan penurunan produktifitas kerja, gangguan hubungan sosial, hingga rasa ingin bunuh diri. Depresi dapat terjadi pada siapa saja, tidak memandang gender dan usia. Kondisi bukannya pertanda kelemahan atau kekurangan karakter seseorang.

## **Fenomenologi**

Fenomenologi sebagai sebuah ilmu juga adalah sebuah metodologi untuk menggapai kebenaran. Karena berasal dari pengalaman milik seseorang. Secara etimologis, fenomenologi merupakan terusan dari *fenomenon* dan *Logos*. Kata *logos* sendiri pengertian dari uraian, perckapan dan ilmu sedangkan kata *fenomenon* adalah sesuatu yang nampak, dan terlihat. Pada abad ke-18 istilah fenomenologi dikenal dengan nama teori penampakan yang menjadi dasar pengetahuan empiris (penglihatan yang diterima oleh indra manusia).

Fenomenologi melukis, merekam, mengonstruksi realitas dengan menepis semua asumsi yang mengontaminasi pengalaman konkret manusia (subjek). Penelitian fenomenologi sendiri mendefinisikan fenomena sebagai pengalaman atau peristiwa yang memasuki kesadaran subjek. Fenomenologi bertujuan untuk memahami makna peristiwa dan hubungannya dengan manusia lain, dalam konteks ini membuat peneliti harus berpartisipasi di lapangan dan menginspirasi fenomena yang dialami sebagai salah satu ciri khasnya..

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif interpretif dengan tipe penelitian studi fenomenologi. Interpretif merupakan sistem sosial yang memaknai perilaku secara terperinci dengan cara observasi langsung. Interpretif ini berasal dari upaya untuk menemukan penjelasan mengenai peristiwa-peristiwa sosial yang didasarkan pada sudut pandang serta pengalaman subjek penelitian. Subjek pada penelitian ini sekaligus menjadi informan yang diperlukan sebagai bahan utama yang diperlukan. Dengan pendekatan interpretif, peneliti dapat menggali informasi terkait cara mengatasi depresi pada generasi milenial. Interpretif memandang kebenaran sebagai sesuatu yang memiliki makna yang khusus, yang artinya memiliki esensi tertentu dalam memahami sebuah makna dalam kehidupan sosial. Penelitian fenomenologi ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek, penelitian seperti persepsi, motivasi, perilaku maupun tindakan, Sedangkan objek penelitiannya adalah gangguan kesehatan mental yaitu depresi. Indikator lain yang dapat mengarahkannya pada objek penelitian ini diantaranya adalah makna, pengalaman dan kesadaran.

Pada penelitian ini subjek penelitian adalah tiga orang generasi milenial, di mana tiga orang generasi milenial ini pernah atau sedang mengalami depresi atas dasar diagnosa psikolog bersangkutan. Serta seorang psikolog yang tentunya akan sangat memahami terkait kasus yang tengah diteliti. Informan kunci yang pertama adalah seorang wanita berusia 24 tahun dan seorang penyintas gangguan kesehatan mental bipolar disorder sejak berusia 18 tahun. Bipolar disorder sebenarnya berbeda dengan depresi, alasan gangguan kesehatan mental ini termasuk dalam daftar depresi karena seseorang dengan gangguan bipolar memiliki perubahan suasana hati dalam jangka waktu yang cukup lama, seseorang dengan gangguan bipolar mengalami episode alam perasaan dibawah yang disebut dengan fase depresi. Tetapi seseorang dengan gangguan bipolar juga mengalami perasaan yang sangat tinggi yang disebut sebagai fase manik. Informan kunci yang kedua adalah seorang pria berusia 25 tahun dengan memiliki gangguan kesehatan mental depresi. Meskipun belum sepenuhnya sehat mental, informan kunci yang kedua ini pernah mengalami depresi berat pada tahun 2015 hingga 2018. Dan pada tahun 2022 informan kunci kedua ini penyintas depresi ringan, yang ditandai dengan merasa tidak berharga dan kurang peka dengan emosi maupun kondisi lingkungan serta terus merasa gelisah dan khawatir secara berlebihan. Informan kunci yang ketiga adalah seorang wanita berusia 24 tahun yang terdiagnosa depresi berat pada tahun 2022. Gejala yang dirasakan sangat mengganggu aktivitas sehari-hari seperti bekerja, tidur, belajar, makan. Bahkan tidak memiliki kemampuan untuk menikmati hidup. Informan tambahan yaitu seorang masyarakat yang terlibat langsung dalam interaksi sosial dengan penyintas gangguan kesehatan mental.

Metode pengumpulan data observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti. Dengan kata lain

pengamatan ini meliputi penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Dengan metode pengumpulan data ini peneliti dapat memperoleh data lengkap tentang fenomena ini. Wawancara atau interview adalah teknik pengumpulan data dengan melibatkan dua pihak dengan menggunakan teknik wawancara (in depth interview). Wawancara mendalam (in depth interview) adalah proses memperoleh keterangan dalam tujuan penelitian dengan cara tanya jawab yang dilakukan dengan tatap muka antara pewawancara dengan informan tanpa seorang pedoman (guide) dimana dalam proses wawancara ini terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Dokumentasi penelitian digunakan untuk mendapatkan data berupa dokumen yang berfungsi untuk melengkapi data penelitian. Dalam penelitian ini peneliti melakukan metode dengan studi literatur dan observasi. Dimana studi literatur yang digunakan yaitu dengan mencari beberapa sumber informasi yang diperlukan pada proses penelitian. Sedangkan untuk observasi peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, yaitu pengamatan secara langsung terhadap beton campuran normal dan beton variasi yang menjadi sampel pada penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data Model Miles dan Huberman. Menurut keduanya proses analisis data dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu: Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, dan memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Penyajian data merupakan kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan. Kumpulan informasi tersebut dapat berupa matriks, skema, tabel, dan jaringan kerja yang terkait dengan penelitian. Penarikan kesimpulan dari mulai pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi.

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2012:241) Teknik pengumpulan data triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Ada tiga macam triangulasi data, yaitu: Triangulasi Sumber. Untuk menguji kredibilitas data, dapat dilakukan dengan memeriksa data yang diperoleh dari beberapa sumber yang ditentukan. Data yang diperoleh bisa dikategorikan berdasarkan perbedaan pendapat, pernyataan yang sama, dan pernyataan mana yang lebih spesifik dari whistleblower tertentu. Kemudian menganalisis data yang diperoleh dan menarik kesimpulan kemudian diperlukan untuk mencapai kesepakatan dengan beberapa whistleblower (member check) tersebut. Triangulasi Teknik.

Teknik ini digunakan sebagai media untuk menguji kredibilitas data dengan cara meneliti data dari sumber yang sama melalui teknik yang berbeda. Misalnya, data yang diperoleh dari wawancara kemudian dapat diperiksa dengan menggunakan teknik lain seperti observasi atau survei kuesioner. Jika ada data yang diperoleh berbeda melalui teknik pengujian kredibilitas data yang berbeda, maka peneliti harus berdiskusi kembali dengan whistleblower terkait ataupun dengan whistleblower lain untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Kredibilitas data yang diperoleh dipengaruhi juga oleh waktu. Oleh karena itu, dalam menguji kredibilitas data dapat dilakukan wawancara, observasi atau teknik lainnya pada waktu dan situasi yang berbeda.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Makna Psikologi Komunikasi**

Menurut informan pertama, yaitu Tari, memaknai psikologi komunikasi sebagaimana komunikator yang memberikan pesan tersebut. Dalam hal ini peneliti memahami pemaknaan dari informan ke-tiga adalah sebagai psikologi komunikator. Psikologi komunikator memandang komunikasi tidak hanya dapat berbicara tetapi juga memerlukan penampilan yang meyakinkan. Artinya komunikasi tidak hanya memperhatikan apa yang dikatakan komunikator. Seseorang yang mempunyai komunikasi yang handal harus melengkapi dirinya dengan membuat orang lain percaya. Aristoteles menyebut karakter komunikator sebagai ethos. Ethos terdiri atas pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik. (good sense, good moral character, good will). Pada intinya dalam komunikasi yang baik memiliki syarat seperti: adanya kesiapan, kesungguhan, ketulusan, kepercayaan diri, ketenangan, keramahan dan kesederhanaan. Ini yang dibutuhkan penyintas gangguan kesehatan mental, seseorang yang berbicara dan berinteraksi dengan penyintas gangguan kesehatan mental diharapkan sangat memahami dan memberikan ketulusannya dalam berinteraksi. Menurut informan yang kedua yaitu Isnaini yang memaknai psikologi komunikasi sebagai bentuk pesan dan bahasa yang dengan mudah dipahami. Pesan yang dimaksud disini adalah bahasa yaitu kesimpulan kata-kata. Kekuatan bahasa yang dapat menggerakkan dan mengendalikan sesuatu.

Bahasa merupakan cara manusia berkomunikasi dengan manusia lainnya dengan menggunakan kalimat ataupun gerakan. Bagi penyintas gangguan kesehatan mental yang memiliki perasaan sensitive, menjadikan bahasa dan tutur kata yang baik adalah sebagai kunci agar penyintas gangguan kesehatan mental mampu berinteraksi. Bahasa dalam penelitian ini diinterpretasikan sebagai psikologi pesan yang memiliki dua pemikiran pokok, yang pertama yaitu manusia memiliki teknik untuk mengolah seperangkat perilaku yang dapat digunakan untuk mengarahkan pikiran, perasaan dan perilaku diri sendiri dan orang lain. Kedua perangkat perilaku tersebut dikenal dengan nama 'pesan'. Pesan dalam proses komunikasi bagi penyintas gangguan kesehatan mental adalah dengan memandang pesan untuk membangkitkan keinginan pribadi komunikasi. Menurut informan yang ketiga yaitu Vivi. Menurutnya makna psikologi komunikasi untuk mengatasi gangguan kesehatan mental adalah bagaimana komunikasi itu dilakukan dengan menggunakan komunikasi yang efektif.

Interpretasi komunikasi yang efektif dapat mengatasi gangguan kesehatan mental harus ada pemahaman dari sudut komunikator dan komunikasi, keduanya dapat memberikan pengaruh penting pada saat komunikasi itu berlangsung. Jika mengutip dari teori yang telah ada, komunikasi yang efektif menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (1974: 9-3) paling tidak menimbulkan lima hal: pengertian, kesenangan, pengaruh sikap, hubungan yang semakin baik, dan tindakan. Menurut Informan tambahan, yaitu Ade Suryani, menyatakan bahwa ketika seorang manusia yang melakukan komunikasi dan telah mempelajari psikologi komunikasi, maka manusia tersebut akan mampu berfikir, bertindak, menghasilkan ide hingga mencari pemecahan masalah yang dihadapinya dan juga mampu memberikan empati kepada penyintas gangguan kesehatan mental dengan tidak hanya mampu berkomunikasi dengan baik namun juga mampu menjadi pendengar untuk penyintas gangguan kesehatan mental.

## **Pengalaman Generasi Milenial Mengenai Penerapan Psikologi Komunikasi Dalam Mengatasi Gangguan Kesehatan Mental**

Dengan subfokus pengalaman, peneliti berusaha menginterpretasi bagaimana kehidupan sehari-hari dan kegiatan subjek yang bersangkutan untuk dapat dihubungkan dengan objek penelitian. Pengalaman dari narasumber atau informan kunci memungkinkan mendapat hasil untuk kemudian dapat menjadi pengetahuan. Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa psikologi komunikasi dapat memberikan impact yang cukup baik dalam pembentukan mental. Penyintas gangguan kesehatan mental mampu mengendalikan peristiwa mental melalui komunikasi.

“...bahwa komunikasi itu sangat penting, jauh dari kata pembentukan atau mengatasi kesehatan mental, hal kecil aja yang bikin kita badmood sebenarnya bisa dikendalikan dengan komunikasi....”

“...seharusnya saya juga sering mengobrol dan bercerita dengan ayah dan ibu saya. Dan pada saat itu juga saya merasa komunikasi itu penting....”

Hasil wawancara dengan informan pertama dan kedua yaitu, pengalaman keduanya memberikan pengetahuan bahwa segala permasalahan dapat diatasi dengan komunikasi. Setiap manusia perlu mengkomunikasikan apa yang terjadi dan apa yang dirasakan. Contoh sederhana, jika seorang bayi yang merasa haus pasti menangis, mengapa bayi tersebut bisa menangis, karena apa yang dia inginkan belum terpenuhi. Sama halnya peristiwa ini terjadi disaat generasi milenial membatin, stres dan merasa tidak ada yang memahaminya. Hal ini terjadi karena orang yang mengalami stress ini tidak dapat menyalurkan perasaannya dan tidak ada yang memahaminya. Marah, takut, sedih, kecewa merupakan emosi dasar manusia. Emosi ini harus dapat tersalurkan tidak dibiarkan menumpuk didalam batin. Emosi yang terus menerus dibiarkan menumpuk didalam batin dapat dianalogikan seperti bom waktu, cepat atau lambat dan dalam kondisi tertentu akan meledak. Untuk menghindari atau mencegah ledakan itu, diperlukan alat atau media untuk menyalurkan emosi tersebut.

Penyaluran emosi tersebut bisa dilakukan dengan berinteraksi dengan orang lain ataupun dapat bergabung dengan komunitas yang memiliki nilai positif agar bisa bersosialisasi. Tujuan dari bersosialisasi sendiri yang pertama adalah pengembangan empati, sehingga dapat dihindari kesalahan penilaian dan pengambilan suatu keputusan. Tujuan kedua dari bersosialisasi adalah dapat memberikan keberhasilan konseling dalam penanganan masalah pribadi setiap individu sehingga dapat tercipta kesehatan mental dalam komunitas tersebut. Kutipan hasil wawancara dari informan ke dua yaitu Isnaini sebagai penyintas gangguan kesehatan mental dalam pembentukan komunikasi yang baik dia bisa kembali bersosialisasi.

## **Kesadaran Generasi Milenial Dalam Pentingnya Psikologi Komunikasi Dalam Mengatasi Gangguan Kesehatan Mental**

Peneliti meninjau kesadaran sebagai nilai dalam pentingnya psikologi komunikasi untuk mengatasi depresi. Nilai dalam penelitian ini mencakup nilai vital, dilihat dari latar belakang pendidikan, latar belakang keluarga, latar belakang suku, serta pengetahuan dan Nilai Kerohanian, dengan menerapkan, kepercayaan, perasaan, kebaikan, harapan dan

keyakinan. Pada analisis ini peneliti berfokus kepada informan kunci ke-empat yaitu Tari yang berpendapat bahwa komunikasi dengan sesama manusia itu penting dan harus efektif namun selain itu juga, dia meyakini bahwa kesadaran atau nilai psikologi komunikasi untuk mengatasi depresi yaitu kesadarannya akan nilai kerohanian. Dengan menerapkan kepercayaan, keyakinan dan harapan kepada Tuhan. Interpretasi dari hasil wawancaranya adalah dia sering kali merasa kesal jika ada yang meyakini stigma gangguan Kesehatan mental yang dikaitkan dengan masalah agama dan kedekatannya dengan Tuhan, hal itu tidak bisa dibenarkan. Ibadah dengan spiritualitas memang memiliki dampak yang baik untuk kesehatan mental, namun hal itu bukan satu-satunya faktor kuat yang dapat mempengaruhi kesehatan mental. Ibadah memiliki dampak seperti meditasi, karena setiap individu yang melakukan meditasi dan juga ibadah dituntut untuk hadir dalam waktunya dan fokus dengan kegiatan disatu waktu. Karena inilah, spiritualitas juga menjadi bentuk psikoterapi gangguan mental, yaitu *spiritually augmented cognitive behavior therapy*.

Spiritualitas memang menjadi salahsatu faktor yang mempengaruhi kesehatan mental, tetapi hal tersebut tidak bisa menjadi alasan untuk dapat menghakimi orang yang memiliki gangguan kesehatan mental dengan kurangnya iman pada diri mereka. Semuanya tergantung bagaimana cara penyintas gangguan kesehatan mental untuk mengekspresikan kepercayaan dan spiritualitas dalam menjaga kesehatanmental. Hal yang membuat Tari tersadaradalah bukan karena penyintas gangguan kesehatan mental tidak dekat dengan Tuhan tapi karena komunikasi dengan Tuhan yang kurang tepat.

## **SIMPULAN**

Berpijak dari penjelasan yang sudah diuraikan mengenai peran psikologi komunikasi dalam mengatasi gangguan kesehatan mental. Maka peneliti akan mengemukakan beberapa hal krusial yang dapat disimpulkan. Dari tiga buah pertanyaan yang dipaparkan dalam rumusan masalah, terkait apa makna psikologi komunikasi dalam mengatasi depresi pada generasi milenial, bagaimana pengalaman generasi milenial mengenai psikologi komunikasi dalam mengatasi depresi serta bagaimana kesadaran generasi milenial dalam pentingnya psikologi komunikais untuk mengatasi depresi.

Pertama, psikologi komunikasi mempelajari bagaimana komunikasi dengan efektif agar tidak terjadi *miss communication* dengan komunikasi efektif dari Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss yang menimbulkan lima hal yaitu: pengertian, hubungan sosial yang baik, kesenangan, pengaruh sikap dan tindakan. Makna psikologi komunikasi juga berfokus pada psikologi pesan yang merupakan bahasa yaitu cara manusia berkomunikasi dengan manusia lainnya. dengan kalimat dan gerakan. Penyintas gangguan kesehatan mental yang memiliki perasaan yang sensitive, menjadikan sebuah bahasa dengan tutur kata yang baik sebagai kunci agar penyintas gangguan kesehatan mental mampu berinteraksi dan bersosialisasi. Bahasa dalam psikologi pesan memiliki pemikiran pokok yaitu, esan menjadi sebuah perilaku yang dapat digunakan untuk mengarahkan pikiran, perasaan, perilaku diri sendiri dan orang lain. Psikologi komunikasi juga tidak hanya berkaitan dengan komunikasi efektif dan psikologi pesan, ada juga psikologi komunikator. Tiga hal ini adalah pemaknaan psikologi komunikasi bagi penyintas gangguan kesehatan mental. Psikologikomunikator memandang bahwa 'siapa lebih penting dari apa'. Mengutip teori dari Aristoteles yang menyebutkan bahwa karakter komunikator sebagai *ethos* yang terdiri dari pikiran baik (*good sense*), akhlak yang baik (*good moral carachter*) dan maksud yang baik (*good will*).

Kedua, penerapan psikologi komunikasi dalam mengatasi gangguan kesehatan mental memberikan pengetahuan bahwa psikologi komunikasi dengan fokus komunikasi efektif, psikologi pesan dan psikologi komunikator memberikan ruang bagi penyintas gangguan kesehatan mental untuk mampu mengendalikan peristiwa mental melalui komunikasi. Dampak yang cukup baik dirasakan pada saat pengalaman penyintas gangguan kesehatan mental menerapkan psikologi komunikasi. Dengan memahami jauh lebih dalam mengenai psikologi komunikasi, penyintas gangguan kesehatan mental mampu untuk menyalurkan perasaannya dan tidak lagi memendam perasaan-perasaan negatif yang jika tidak disalurkan akan menimbulkan stress hingga depresi.

Ketiga, kesadaran generasi milenial dalam pentingnya psikologi komunikasi dalam mengatasi depresi ditinjau sebagai sebuah nilai. Nilai dalam penelitian ini mencakup nilai vital yang dapat dilihat dari latar belakang keluarga, pendidikan, suku dan pengetahuan. Nilai kerohanian

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan maka peneliti menyarankan dan memberi masukan bagi penyintas gangguan kesehatan mental maupun bagi mereka yang sehat mental yaitu sebagai berikut :

Bagi penyintas gangguan kesehatan mental, diharapkan bisa membangun keberanian untuk bisa berinteraksi ataupun bersosialisasi, upaya menerapkan psikologi komunikasi dengan komunikasi yang efektif ataupun menerapkan psikologi pesan sebagai bahasa yang mampu untuk mengolah pesan menjadi sebuah perilaku yang dapat digunakan untuk mengarahkan pikiran, perasaan dan perilaku diri sendiri dan orang lain.

Peneliti juga sangat mengharapkan saat ini, kesehatan mental lebih bisa diterima dan dipahami oleh berbagai generasi, terutama generasi terdahulu yang masih memandang bahwa kesehatan mental adalah hal yang tabu. Begitupun dengan psikologi komunikasi yang diharapkan mampu dapat diimplikasikan oleh mereka dengan gangguan kesehatan mental ataupun mereka yang sehat mental pada kehidupan sehari-hari untuk upaya mengatasi gangguan kesehatan mental .

Peneliti sangat mengharapkan atau merekomendasikan terkait psikologi komunikasi dalam pembelajarannya. Setiap orang yang membaca penelitian ini ataupun orang-orang yang memang mempelajari ilmu komunikasi juga diharuskan untuk memahami ilmu psikologi dengan tujuan agar komunikasi atau pesan dapat berproses dengan baik dan lancar.

Permasalahan yang timbul akibat gangguan kesehatan mental diantaranya adalah komunikasi yang kurang baik antara pihak satu dengan yang lainnya atau antr komunikasi dan komunikator. Solusi agar mengurangi adanya bias atau miss communication dalam proses interaksi antara penyintas gangguan kesehatan mental dan mereka yang sehat mental adalah dengan saling memberikan pengertian dan saling memahami satu dengan yang lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

Dr. Muhammad Farid, D. (2018). *FENOMENOLOGI Dalam Penelitian Ilmu Sosial* (D. H. M. A. Dr. Muhammad Farid (Ed.)). Prenada Media.

Dyatmika, T. (2018). Ilmu komunikasi. In *Bandung Rosdakarya*.

- Effendy, Onong Uchijana. (2009). *Human Relation&Public Relation*. Mandar Maju.
- Effendy , Onong Uchijana. (2011). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung, Rosda.
- Fakhriyani, D. V. (2019). *KesehatanMental* (D. M. Thoha (Ed.)). Duta Media Publishing.
- Madiistriyatno, H. (2019). *Generasi Millenial: Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis danAdversity Quotient (AQ)*.
- Kuswarnno, E. (2009). *Fenomenologi: metode penelitian komunikasi : konsepsi, pedoman, dan contoh penelitiannya*. Widya Padjajaran.
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Riswandi, (2009). *Ilmu Komunikasi*. Graha Ilmu
- Saleh, Adnan, A. (2018). *PengantantarPsikologi*. Aksara Timur.
- Samsara, A. (2020). Mengenal KesehatanJiwa. *Lautan Jiwa*, 316.
- Suryana, Asep. 2019). *Komunikasi Persuasif*, Tangerang Selatan.
- Ni Luh Drajadi Ekaningtyas. (2020). Psikologi Komunikasi untuk Memaksimalkan Internalisasi Nilai- Nilai Toleransi pada Anak Usia Dini. Psikologi komunikasi. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Nuriandi, R. (2016). Komunikasi Antarpribadi dalam UpayaMengatasi Depresi Kesepian Tanpa Pasangan. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Panjaitan, R. M. (2011). *ILMUKOMUNIKASI (Sebuah Ringkasan)*.
- Putri, N. W. E. (2019). Peran PsikologiKomunikasi dalam Mengatasi Permasalahan Peserta Didik: Studi Kasus Proses Bimbingan Konseling di SMK Kesehatan Widya DharmaBali. *Calathu: Jurnal IlmuKomunikasi*, 1(1), 52–67. <https://doi.org/10.37715/calathu.v1i1.776> SKRIPSI RIZKI Revisi final. (n.d.).
- Tiara Dewi, Muhammad AmirMasruhim, R. S. (2016). Komunikasi Antarpribadi Dalam Upaya Mengatasi Depresi Kesepian Tanpa Pasangan. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, April*, 5–24.

---

# BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi  
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

---

## REPRESENTASI HUBUNGAN ANTARA ORANGTUA DAN ANAK PADA FILM LADY BIRD

**Adinda Novianti**  
Universitas Terbuka  
adindanoviantie@gmail.com

### Abstract

*The purposes of this research are to analyze the impact of relationship and communication process between family and adolescent self concept in Lady Bird Movie through movie scenes that express mindset and a search of identity of an adolescent. Also to deliver a simple yet powerful messages that represented in the Lady Bird movie. The movie Lady Bird represents an adolescent self concept, mindset maturity, relationship between family, friendship, creativities, and smaturity progress. By conducting this research, the researcher expects to be able to deliver to parents concerning the relationship between parents and their children that entering adolescence, how parents communicate and treat their children which should be adapted according to their age since it will affect the mindset, mental, and self concept of the children until they evolve into adults..*

**Keywords:** *Adolescent, communication, film, self concept*

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yakni untuk menganalisis pengaruh hubungan dan proses komunikasi di lingkungan keluarga dengan konsep diri seorang remaja dalam film Lady Bird melalui adegan-adegan yang menunjukkan pola pikir dan pencarian jati diri seorang remaja, serta untuk menyampaikan pesan yang direpresentasikan dalam film Lady Bird. Film Lady Bird merepresentasikan tentang konsep diri remaja, kematangan pola pikir, hubungan keluarga, lingkungan pertemanan, kreativitas, dan pendewasaan diri. Dengan dilakukannya penelitian ini peneliti berharap dapat memberi gambaran kepada para orangtua tentang hubungan antara orangtua dan anak yang memasuki masa remaja, tentang cara berkomunikasi dengan anak dan cara memperlakukan anak yang harus disesuaikan berdasarkan usianya karena akan berpengaruh pada pola pikir, mental, dan konsep diri sang anak hingga dewasa nanti.

**Kata kunci:** *Film, konsep diri, komunikasi, remaja.*



Jurnal Penelitian & Studi  
Ilmu Komunikasi  
Volume 04  
Nomor 01  
Halaman 44- 55  
Bandung, Juni 2023

p-ISSN : 2774-2342  
e-ISSN : 2774-2202

---

Tanggal Masuk :  
**13 Juni 2023**  
Tanggal Revisi :  
**24 Juni 2023**  
Tanggal Diterima :  
**26 Juni 2023**

---

## **PENDAHULUAN**

Film adalah fenomena sosial, psikologis, dan estetika yang kompleks yang merupakan dokumenter yang terdiri dari cerita dan gambar dengan kata-kata dan musik sebagai pengiring yang menambah nilai estetika. Oleh karena itu, film termasuk kedalam produk multidimensi dan kompleks. Film dapat mempengaruhi setiap penontonnya, baik secara positif maupun negatif melalui kandungan pesan didalamnya. Film dapat mempengaruhi bahkan mengubah dan membentuk karakter penontonnya. Dalam menyampaikan pesan, sutradara menggunakan imajinasinya untuk menyampaikan pesan baik langsung maupun tidak langsung melalui performa dalam film yang digarap.

Film merupakan media hiburan yang terdiri dari konten visual, audio, dan suara yang memiliki ciri khas sehingga pesan dalam film tersampaikan secara efektif kepada penonton. Film dapat menimbulkan perasaan atau sensasi seakan-akan penonton berada dekat dengan dunia yang ada didalamnya atau bahkan berada didalamnya apapun jenis film nya. Eksistensi film dianggap sebagai salah satu jenis media dalam komunikasi massa yang telah memasuki kehidupan masyarakat yang sangat luas dan beraneka ragam. Film memberi pengaruh dan membentuk masyarakat berdasarkan pesan yang dimuat di dalamnya. Film mengutip realitas yang hadir dan berkembang dalam kehidupan masyarakat lalu memproyeksikannya ke dalam layar dengan menarik. Contohnya pada Film *Lady Bird*, menurut peneliti film ini memiliki unsur realitas dimana adegan-adegan dan percakapan didalamnya memang sungguh terjadi dalam masyarakat, sehingga membuat penonton merasa berada didalamnya. Film ini menceritakan tentang masa remaja sebagai masa pemberontakan, sulit dipahami dan melakukan kesalahan dalam mengambil keputusan. Didikan kedua orang tua *Lady Bird* mendukung dirinya dalam proses pendewasaan diri setelah melakukan berbagai pemberontakan.

*Lady Bird* (2017) merupakan film bertema drama remaja yang disutradarai oleh Greta Gerwig dan merupakan film debutnya. Film ini memperoleh banyak ulasan positif dan memenangkan dua penghargaan sekaligus dalam ajang penghargaan Golden Globes untuk kategori Best Motion Picture, Musical or Comedy dan Best Actress untuk penampilan Saoirse Ronan sebagai pemeran utama. Film *Lady Bird* juga memperoleh nominasi Oscar 2018 untuk kategori Best Picture, Best Actress, dan Best Supporting Actress. Secara kasat mata, film ini terlihat seperti film drama dengan sentuhan humor tipis yang menyegarkan. Namun, bagi banyak orang, film ini ternyata spesial karena menggambarkan secara nyata kehidupan mereka saat remaja. Konflik-konflik yang terjadi, permasalahan yang muncul, dan hubungan ibu-anak yang tak selalu akur menjadi kekuatan dalam film ini.

## **LITERATUR**

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai bahan perbandingan yang tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai penelitian film dan hubungan antara orangtua dan anak yang diteliti dalam film. Film berfungsi sebagai media untuk menampilkan hiburan publik, peristiwa, cerita, lelucon, musik, teater dan sajian lainnya (McQuail, 1996). Multiplisitas fungsi film dari sudut pandang sosial kemudian menuntut film untuk menghadirkan realitas yang berkorelasi hingga minat publik lebih tinggi. Representasi adalah konsep yang digunakan dalam proses pencarian makna melalui sistem tanda yang disediakan, baik dalam bentuk tulisan, dialog, fotografi, video maupun film. Dalam penelitiannya, Stuart Hall (1997) menyebutkan representasi sebagai bentuk bahasa yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang bermakna atau untuk menggambarkan dunia kepada orang lain. Penelitian ini menggunakan

setiap isi dari film *Lady Bird* (2017) dan tokoh-tokoh didalamnya yang merepresentasikan hubungan antara orangtua dan anak.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teori pendekatan semiotika yang mengkaji tanda dalam suatu konteks skenario, gambar, teks, dan adegan dalam film menjadi sesuatu yang bermakna serta menganalisis hubungan antara orangtua dan anak remajanya dalam film *Lady Bird* (2017). Metode kualitatif membantu mendeskripsikan tentang fenomena dengan memberi pemahaman tentang konteks suatu peristiwa. Pengumpulan data didapatkan melalui analisis dari observasi peran, adegan-adegan, percakapan dan argumen dalam film yang menunjukkan hubungan yang terjalin antara orang tua dan anak. Selanjutnya, data sekunder diperoleh dari sumber literatur yang relevan berupa buku, jurnal ilmiah, dan artikel.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model semiotika Roland Barthes. Semiotika Roland Barthes dikenal dengan istilah signifier (penanda) dan signified (pertanda) yang dikembangkan menjadi teori tentang metabahasa dengan dua sistem makna yaitu makna denotasi dan konotasi. Makna denotasi adalah tingkat makna deskriptif yang tertutup dan literal yang umum dimiliki oleh semua anggota budaya. Makna denotasi adalah makna yang nyata yang disepakati secara sosial yang dirujuk oleh realitas sosial. Dan makna konotasi terbentuk dengan mengasosiasikan tanda dengan aspek budaya yang lebih luas seperti keyakinan, sikap, kerangka dan ideologi pendidikan sosial (Sobur, 2017:145). Makna konotasi bersifat terbuka pada penafsiran-penafsiran baru. Selanjutnya ketika makna konotasi diterima oleh nilai-nilai dominan pada waktu tertentu seolah-olah ditentukan oleh Tuhan, hal tersebut adalah mitos yang muncul dari konstruksi budaya yang muncul sebagai kebenaran universal yang sebelumnya ada dan yang terhubung dengan akal sehat. Mitos memiliki konsep yang mirip dengan ideologi karena keduanya beroperasi pada level konotatif. Mitos adalah cara kebudayaan menjelaskan atau memahami berbagai aspek tentang realitas atau fenomena alam.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Konsep kepribadian *Lady Bird* (Christine McPherson).**

Konsep diri adalah cara individu mengamati, melihat, dan mengalami dirinya sendiri. Konsep diri muncul dari interaksi sosial dan membimbing atau mempengaruhi perilaku individu seseorang (Widiarti, 2017:140). Konsep diri remaja dipengaruhi oleh berbagai kondisi tersebut. Setiap ruang saling berhubungan dan membentuk konsep diri pada diri anak. Konsep diri anak tidak tercipta sejak dalam kandungan, namun dipengaruhi oleh faktor lain yang direpresentasi dalam film, seperti keluarga dan berbagai pengalaman sehari-hari di lingkungan sosial.

*Lady Bird* adalah Christine McPherson, digambarkan sebagai seorang remaja yang berasal dari Sacramento. Christine adalah remaja yang optimis, mempunyai pandangan bebas dan berani walaupun dirinya tumbuh di lingkungan sekolah yang disiplin, serta mimpi yang tinggi dan tekad yang kuat dalam menggapai impiannya walaupun kadang terkesan egois dan kenakan-kanakan.



(Adegan-adegan keinginan Christine ingin dipanggil “Lady Bird”)

**Denotasi :**

Christine McPherson ingin dipanggil serta dikenal dengan nama ‘Lady Bird’, bukan sebagai nama aslinya, Christine. Dan respon orang-orang disekitarnya yang mencoba untuk menerima hal tersebut.

**Konotasi :**

Adegan-adegan diatas yang mencerminkan nama julukan adalah suatu hal yang penting bagi remaja. Christine merasa memiliki *power* atas jati dirinya dengan mengatakan bahwa namanya adalah Lady Bird seperti pada momen-momen ketika sedang bertengkar dengan ibunya dan ibunya memanggilnya Christine, ia memotong argumen ibunya dan berkata “panggil aku Lady Bird” dengan ekspresi yang emosional. Serta saat audisi drama musikal di sekolah ia mengatakan nama Lady Bird adalah nama pemberian dari dirinya dan untuk dirinya, hingga pada wisuda sekolah menengah, Christine ingin nama “Lady Bird” disebutkan walaupun bagi kalangan dewasa nama tersebut adalah nama yang terdengar aneh dan kurang wajar.

**Mitos :**

Nama merupakan sesuatu yang dipahami dan disebut oleh seseorang berupa makna, istilah atau frase yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi seseorang atau sesuatu yang lain, berdasarkan pernyataan Hofmann (dalam Widodo, 2013:82). Selain makna, sebuah nama memiliki fungsi sebagai penanda identitas, nama diri juga dapat menjadi simbol. Pemberian nama untuk anak tentu tidak sekedar diberikan sembarangan, melainkan orang tua memiliki

keinginan atau alasan untuk memilihkan nama untuk anaknya. Melalui nama, orang tua menaruh harapan anaknya menjadi seperti yang diharapkan.



(Adegan-adegan yang menggambarkan kepribadian Christine)

**Denotasi :**

Adegan yang menunjukkan kepribadian Christine yang tidak mudah putus asa, berani menyampaikan pendapat didepan banyak orang, dan anak remaja dengan mimpi yang tinggi.

**Konotasi :**

Adegan yang menunjukkan kegagalan Christine akan keinginannya menjadi pemeran utama dalam drama musikal tidak memudahkan rasa percaya dirinya terhadap keinginan-keinginannya yang lain. Christine juga seorang anak yang berani menyampaikan pendapat walau kadang tanpa berpikir panjang apa akibat untuk dirinya dan oranglain. Serta dirinya digambarkan sebagai anak remaja perempuan dengan harapan dan imajinasi pada umumnya yang terjadi di dunia nyata yakni hidup bahagia dan sukses, dalam adegan ini dirinya sedang melewati rumah mewah dan berimajinasi jika rumah itu menjadi miliknya.

**Mitos :**

Pepatah Latin mengatakan “*Fortis imaginatio generat casum*”, yang artinya imajinasi yang jelas menghasilkan kenyataan. Maka jangan sia-siakan kekuatan imajinasi dalam diri. Imajinasi mampu menjadi kendaraan menuju apa saja yang dimimpikan dan cita-citakan. Semakin kuat gambaran mental yang manusia miliki, semakin besar energi yang dimiliki untuk menggapainya. Di sisi lain, ketika seseorang membayangkan terlalu banyak hal buruk, hal itu menarik energi negatif dan membuat seseorang semakin ter-demotivasi untuk meraihnya.



dianggap sebagai akar dari impian Amerika ini. Deklarasi menegaskan bahwa semua manusia diciptakan sama dan memiliki hak untuk hidup, kebebasan dan mengejar kebahagiaan yang sama.



*(Christine membujuk ayahnya agar memberinya izin untuk kuliah di New York)*

**Denotasi :**

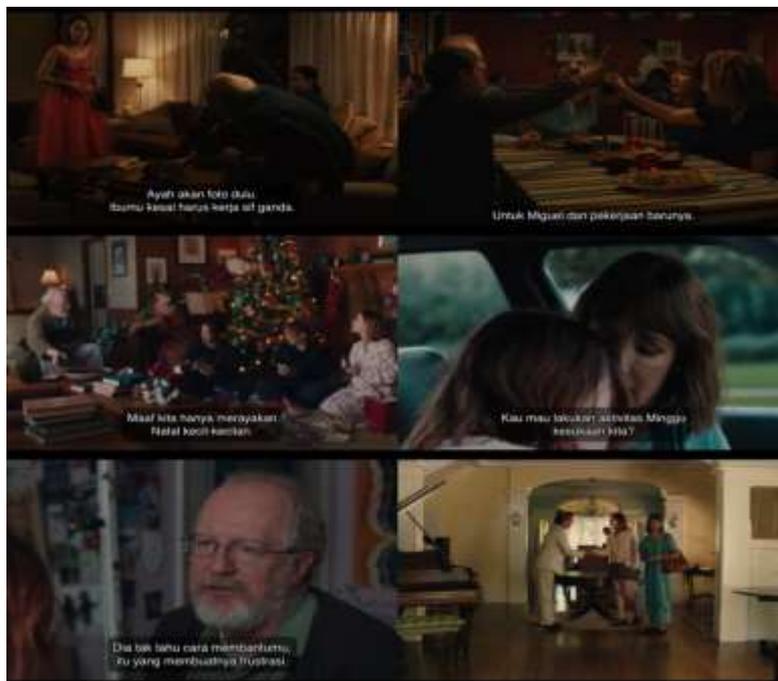
Karena tidak disetujui oleh ibunya untuk kuliah di salah satu universitas di New York, Christine akhirnya meminta sang ayah untuk mengisi formulir beasiswa tanpa diketahui ibunya.

**Konotasi :**

Ayah Christine digambarkan sebagai ayah yang sangat mencintai keluarganya dan selalu menjadi penengah dikala mengetahui Christine dan ibunya bertengkar. Dalam adegan ini, ayahnya menyetujui untuk mengisi formulir beasiswa untuk Christine dan tidak memberi tahu ibunya mengenai rencana Christine untuk kuliah di luar kota demi kebaikan keduanya, ibunya yang sebenarnya khawatir jauh dari Christine dan juga khawatir akan perekonomian keluarganya menjadi tidak khawatir karena dari perdebatan sebelumnya ibunya menganggap Christine akan menuruti keinginannya dan kuliah di Universitas lokal. Dan Christine juga dapat mencoba menggapai mimpinya dan memenuhi keingintahuannya atas potensi diri yang ia miliki dengan mendaftar ke Universitas di New York.

**Mitos :**

Keterlibatan ayah dalam pengasuhan anak berkorelasi positif dengan kompetensi, inisiatif, kematangan sosial dan kedekatan (Stolz et al., 2005). Kehangatan, bimbingan, dan kepedulian dari sosok ayah memprediksi kematangan moral, yang dikaitkan dengan perilaku prososial dan positif pada anak. Di akhir film diperlihatkan bahwa peran ayahnya lah yang sangat berpengaruh dalam perbaikan hubungan Christine dan ibunya serta dukungan yang ayahnya berikan berpengaruh pada proses pendewasaan dan pembentukan karakter Christine.



(Adegan-adegan yang menunjukkan keluarga yang saling melengkapi)

**Denotasi :**

Adegan ayahnya yang ingin mengabadikan momen Christine sebelum berangkat ke acara prom night, momen perayaan hari natal yang sederhana, ayahnya yang memberikan pengertian pada Christine saat bertengkar dengan Ibunya, keluarganya yang merayakan hari dimana kakaknya mendapatkan pekerjaan baru dan wisuda SMA Christine, hingga momen ibunya menenangkan Christine saat ia sedih dan mengajaknya melakukan kegiatan favorit mereka yakni berkunjung ke rumah-rumah mewah yang dijual dan berimajinasi seakan-akan itu rumah mereka.

**Konotasi :**

Walaupun sering bertengkar dengan Ibunya, keluarga Christine merupakan keluarga yang penuh kasih sayang dan saling melengkapi, hanya saja dalam diri manusia terdapat beberapa sifat yang kurang dapat diterima bagi orang lain, terutama antara tokoh utama yakni Christine dan Marion (Ibunya). Adegan-adegan diatas menunjukkan hubungan keluarga Christine yang saling melengkapi. Sisi lain ini memberikan kesan hangat dan harmonis pada keluarga ini. Ibu dan ayah Christine yang memiliki kepribadian yang penuh kasih sayang, dukungan dan kepedulian terhadap keluarganya. Kondisi keluarga yang utuh dan saling melengkapi dapat memberikan tingkat kepercayaan diri anak. Seperti dalam film ini, Christine digambarkan sebagai anak yang mudah bergaul dan percaya diri dalam menyampaikan pendapat.

**Mitos :**

Pepatah lama mengatakan "*keluarga yang harmonis membuat segalanya berkembang*". Pepatah ini menggambarkan bagaimana keharmonisan keluarga dapat menjadi awal dari sebuah keluarga yang baik. Hubungan yang lebih baik dan terbuka antara anggota keluarga, orang tua dan anak dan sebaliknya adalah hal-hal baik yang akan terjadi pada keluarga Anda ketika kebersamaan dan keharmonisan menjadi bagian dari sebuah keluarga. Bagi kebanyakan orang, keluarga berarti tempat pertama mereka pulang, tempat menjadi diri sendiri, tempat berbagi kasih sayang dan kebahagiaan, dan makna-makna berarti lainnya. Dukungan sosial dari keluarga dapat berupa dukungan internal dan eksternal yang membuat

seseorang memiliki berbagai dukungan suportif seperti dukungan emosional, informatif, penghargaan dan instrumental (Agustini et al., 2013). Dukungan sosial semakin dibutuhkan ketika seseorang sedang menghadapi masalah. Di sini peran anggota keluarga dibutuhkan sebagai pendukung di masa-masa sulit.

### **Proses Pendewasaan Diri Christine**



*(Christine diterima kuliah di universitas di New York)*

#### **Denotasi :**

Christine mendapat surat dari Universitas impiannya bahwa ia diterima, Christine bersiap-siap meninggalkan rumah dan mengecat kamarnya yang semula bertema remaja menjadi putih, dan setiba di New York, Christine berkenalan dengan teman baru dan tidak lagi menggunakan nama Lady Bird.

#### **Konotasi :**

Setelah mendapat surat bahwa dirinya diterima di Universitas di New York, Christine menyadari bahwa dirinya akan memasuki fase hidup orang dewasa, salah satunya dengan mengecat ulang kamarnya yang semula berwarna Pink, penuh dengan poster-poster dan coretan, menjadi kamar dengan suasana yang lebih tenang dengan warna putih yang menggambarkan dirinya tengah memasuki fase kehidupan baru. Dirinya dengan penuh rasa senang dan semangat tiba di New York, kota yang diimpikannya selama ini, dan dirinya mulai bersosialisasi dengan teman-teman barunya, ketika berkenalan dan semua orang menggunakan nama pemberian dari orang tua mereka masing-masing, Christine menyadari bahwa bagaimanapun hubungan seseorang dengan orang tuanya baik itu hubungan yang baik atau buruk, mereka akan selalu membawa pemberian dari orangtua mereka kemanapun, yakni nama pemberian yang menjadi suatu identitas diri dan tanpa disadari membawa dirinya seperti sekarang walau dirinya mengubah namanya menjadi Lady Bird, dalam benaknya dirinya adalah seorang Christine, dan berkenalan dengan teman-temannya dengan menggunakan nama Christine. Kesadarannya akan hal tersebut merupakan proses pendewasaan diri.

### Mitos :

New York dikenal sebagai Kota Impian karena pusat global multinasionalnya yang terkenal. Kota ini bukan hanya tentang budaya dan inovasi. New York terkenal dengan arsitektur dan infrastrukturnya yang terencana dengan baik, gaya hidup yang serba cepat, dan berbagai fasilitas. Dengan orang-orang dari lebih dari 110 negara berkumpul di New York, menarik untuk dicatat bahwa ada pengalaman dan pertumbuhan yang tak terbayangkan yang dapat dimiliki seorang pelajar ketika berinteraksi dengan semua orang ini. Mampu belajar dari budaya yang berbeda adalah sesuatu yang dihargai oleh semua orang. Maka hal ini sejalan dengan konsep dirinya yang berani dan optimis dengan pandangan hidupnya. Serta prinsip hidup Christine yakni *American Dream*, tinggal dan berkarir di kota New York dan menunjukkan imajinasi dan mimpinya selama ini akhirnya menjadi kenyataan.



(Adegan – adegan momen keberangkatan Christine ke New York)

### Denotasi :

Adegan Marion yang sedih akan keberangkatan Christine ke New York tetapi disaat yang bersamaan dirinya kecewa karena Christine mendaftar kuliah diluar pengetahuannya dan bertindak dingin pada Christine. Dan tersadar bahwa anaknya akan pergi dan tinggal jauh darinya, akhirnya kembali ke Bandara berharap dapat bertemu Christine, tetapi terlambat karena Christine telah berangkat. Dan adegan ayah Christine menenangkan Ibunya mengatakan bahwa Christine akan kembali. Christine membaca surat dari ibunya yang sengaja dimasukkan oleh ayahnya ke tas Christine karena surat tersebut dibuang oleh ibunya sebelum Christine sempat membacanya.

### Konotasi :

Adegan-adegan diatas merupakan adegan yang menyadarkan Christine dan Ibunya bahwa mereka adalah ibu dan anak dengan karakter yang mirip yakni yang saling menyayangi dan saling peduli dan memiliki emosi yang tinggi sehingga seringkali mengalahkan perasaan-perasaan tersebut. Ketika saling berjauhan, keduanya menyadari bahwa kehadiran satu sama lain dalam hidup mereka memiliki makna yang sangat berarti. Ayah Christine yang selalu menyadari hal tersebut mencoba memperbaiki hubungan istri dan anaknya dengan memasukkan surat yang ditulis oleh Marion untuk Christine kedalam tas Christine sebelum pergi ke New York. Alasan Marion tidak memberikan surat itu pada Christine karena dirinya pada saat itu masih kecewa dan memiliki kekhawatiran Christine akan tidak menyukai surat yang ditulis olehnya. Yang ternyata surat itu sangat berarti bagi Christine dan Christine menjelaskan kepada Ibunya betapa dirinya sangat menyayangi Ibunya dan berterima kasih

pada Ibu dan Ayahnya atas apa yang telah diberikan kepada Christine, termasuk namanya, Christine. Ia menyadari dan mengakui itu nama yang bagus dan mengakui dirinya sebagai seorang “Christine”.

### **Mitos :**

Peribahasa “*buah jatuh tidak jauh dari pohonnya*” sering digunakan untuk menggambarkan kesamaan antara orang tua dan anaknya. Kemiripan tersebut tidak hanya pada bentuk fisik, tetapi juga pada karakter dan perilaku. Namun pepatah ini tidak selalu benar dan tidak selalu salah. Misalnya, jika seorang anak tumbuh di lingkungan yang penuh kekerasan tetapi menerima pendidikan yang baik dan berpikiran terbuka, mereka dapat membuat berbagai perubahan dalam pemikiran dan pola asuh anaknya di masa depan. Jika seorang anak yang dibesarkan dengan cinta maka secara teori akan mampu membesarkan anaknya dengan cinta, tetapi tetap tidak menutup kemungkinan untuk salah arah jika anak tersebut menghadapi pengalaman traumatis. Maka benar bahwa beberapa sikap dan perilaku anak akan ada yang sama persis dengan orangtuanya dan ada pula yang tidak seperti orang tuanya. Pendidikan, keterbukaan pikiran, pengalaman yang tentu berbeda dan lingkungan dapat mengubah seseorang.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa dalam film ini, Christine atau Lady Bird digambarkan sebagai seorang anak remaja perempuan yang memiliki cita-cita, tekad, dan imajinasi yang tinggi dan kuat dan dirinya sangat meyakini pilihan dalam hidupnya. Hubungan Christine dan Ibunya menjadi fokus pada film dan juga penelitian. Dapat disimpulkan keduanya memiliki karakter yang cenderung serupa, dan keduanya sadar bahwa ikatan batin antara keluarga sangatlah erat walau emosi dan amarah seringkali mengalahkan rasa kasih sayang dalam keluarga terutama ketika hendak hidup berjauhan atau terjadi perpisahan.

Terdapat beberapa kondisi pengaruh pembentukan konsep diri remaja pada pribadi Christine McPherson (Lady Bird) yang cenderung positif pasca Pemberontakan, antara lain sebagai berikut. a) Kedewasaan, Yang dijelaskan bahwa Christine sering berdebat dengan ibunya dan saat tumbuh dewasa ia sadar niat baik dan bagaimana ibunya memberikan kasih sayang; b) Penampilan diri, Christine digambarkan sebagai seorang remaja yang mengeksplorasi standar kecantikan ideal untuk meningkatkan kepercayaan dirinya, seperti mengecat rambutnya dan membeli pakaian yang disukainya; c) Nama dan julukan, Terlihat bahwa kaum muda menginginkan nama yang tetap menjadi bagian dari penerimaan identitas mereka, misal dengan mengubah namanya; d) Hubungan keluarga, yang merupakan pemberontakan kaum muda terhadap orang tua mereka, yang pada akhirnya mengarah pada penerimaan diri; e) Teman sebaya, Christine ditampilkan mencari validasi dari teman-temannya untuk meyakinkan kemampuannya; f) Kreativitas, diwakili oleh seorang remaja yang memiliki pemikiran dan gagasan yang berbeda dan percaya pada kemampuannya; g) Cita-cita, Anak muda yang ditampilkan memiliki mimpi yang besar dan tidak realistis, namun mampu mengatasi kegagalan hingga akhirnya berhasil.

Pesan keseluruhannya adalah bahwa konsep diri remaja adalah proses berkelanjutan bagi remaja, proses yang kompleks dan partisipatif antara mereka dan orang lain, terutama anggota keluarga dan lingkungan sosial. Kaum muda dipengaruhi oleh fakta bahwa mereka membutuhkan dukungan dan keterlibatan keluarga, harga diri dan kepercayaan diri yang lebih positif.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang didapatkan dari analisis semiotika terhadap film Lady Bird, saran yang dapat diberikan yakni secara akademis diharapkan penelitian ini dapat memperkaya bacaan analisis semiotika khususnya untuk teks film. Namun, penelitian ini terbatas pada satu film dan topik tertentu. Oleh karena itu, hasil membaca dapat bervariasi ketika disajikan dalam film yang berbeda. Dan bagi peminat film penelitian ini diharapkan bisa menjadi pelengkap saat menonton Lady Bird atau sumber inspirasi, artinya penonton dapat memiliki kemampuan berpikir kritis sambil menikmati film dan memikirkan film bukan hanya sebagai sarana hiburan melainkan media yang kaya akan makna dan pesan serta berdampak positif bagi penonton.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, Ifti (2019). *Jurnal Representasi Konsep Diri Remaja pada Film Lady Bird*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Barbot, B., & Heuser, B. (2017). *Creativity and identity formation in adolescence: A developmental perspective*. (Terjemahan) (<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809790-8.00005-4>).
- Brody, Richard (2017). *Greta Gerwig's Exquisite, Flawed "Lady Bird"*. Diunduh dari <https://www.newyorker.com/culture/richard-brody/greta-gerwigs-exquisite-flawed-lady-bird>
- Danesi, Marcel. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Fatmawaty, R. (2017). *Fase-fase Masa Remaja*. Reforma: *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, VI(02), 55–65.
- Geldard, K., & Geldard, D. (2011). *Konseling Remaja: Pendekatan Proaktif untuk Anak Muda (Terjemahan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Isminayah, A., & Supandi. (2016). *Relasi Tingkat Keharmonisan Keluarga Dengan Konsep Diri Remaja*. Al-Balagh : *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(2), 233.
- Kurniawan (2001), *Semiologi Roland Barthes*, Yayasan Indonesiatera, Magelang.
- Peter, R. (2014). *Sikap emosional ketika menghadapi krisis*. *Humaniora*, 5(2), 881–888.
- Sobur, Alex (2003), *Semiotika Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Stolz, H.E., Barber, B.K. & Olsen, J. A. (2005). *Toward disentangling fathering and mothering: An assessment of relative importance*. *Journal of Marriage and Family*.

---

# BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi  
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

---

## WACANA RANTAI OLIGARKI PADA LINGKAR TAMBANG BATU BARA DALAM FILM SEXY KILLERS

Laksmi Rachmaria  
Universitas Budi Luhur  
laksmi.ozil@gmail.com

### Abstract

*Film as an audio-visual work and is a mass communication medium that can be a medium of information as well as a medium of education to a wide audience. Sexy Killers became a strategy that used to provide more descriptive and informative information. The problem of coal mining is not only related to environmental damage but also related to human rights violations regarding the issue of involvement of political elites in the coal mines in Kalimantan. This research uses qualitative research methods and critical paradigms with the theory of critical discourse analysis of the Teun A. Van Dijk model. This shows that there are violations of human rights related to coal mining in Kalimantan, as well as revealing who is behind the players in the energy business, Dandhy Dwi Laksono as a director views coal mining as a social problem in society. There is social inequality. The developing social context is the practice of dominating businessmen in government ranks in Indonesia. Leveraging power to make policies that can ease the way for the owners of the company. The democratic system is supposed to work as it should, but behind that there is the practice of an oligarchic system or a system that is run by a few people who hold power.*

**Keywords:** *Oligarchy, Film, Critical discourse analysis, Language*

### Abstrak

Film sebagai karya audio visual dan merupakan media komunikasi massa yang dapat menjadi media informasi sekaligus media edukasi kepada khalayak luas. Sexy Killers menjadi strategi yang digunakan untuk memberikan informasi yang lebih deskriptif dan informatif. Masalah pertambangan batu bara tidak hanya terkait dengan kerusakan lingkungan tetapi juga terkait dengan pelanggaran HAM terkait isu keterlibatan elite politik di tambang batu bara di Kalimantan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan paradigma kritis dengan teori analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk. Hal ini menunjukkan adanya pelanggaran HAM terkait pertambangan batubara di Kalimantan, selain mengungkap siapa dibalik para pemain bisnis energi, Dandhy Dwi Laksono selaku direktur memandang pertambangan batubara sebagai masalah sosial di masyarakat. Ada ketimpangan sosial. Konteks sosial yang berkembang adalah praktik dominasi pengusaha di jajaran pemerintahan di Indonesia. Memanfaatkan kekuatan untuk membuat kebijakan yang dapat meringankan jalan bagi pemilik perusahaan. Sistem demokrasi yang seharusnya berjalan sebagaimana mestinya, namun dibalik itu terdapat praktik sistem oligarkis atau sistem yang dijalankan oleh segelintir orang yang memegang kekuasaan

**Kata kunci:** *Oligarki, Film, Analisis Wacana Kritis, Bahasa*

**BUANA  
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi  
Ilmu Komunikasi  
Volume 04  
Nomor 01  
Halaman 56- 67  
Bandung, Juni 2023

p-ISSN : 2774-2342  
e-ISSN : 2774-2202

---

Tanggal Masuk :  
**13 Juni 2023**  
Tanggal Revisi :  
**24 Juni 2023**  
Tanggal Diterima :  
**26 Juni 2023**

---

## **PENDAHULUAN**

Indonesia memiliki posisi geografis yang unik, dan bentuk negara kepulauan merupakan salah satu ciri negara maritim, memiliki permukaan air yang lebih besar daripada daratan. Selain itu, karena kondisi geografisnya, Indonesia juga dikenal memiliki tanah yang subur, yang memungkinkan sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani yang mengolah lahan pertanian. Tidak heran jika Indonesia disebut sebagai negara maritim dan agraris. Namun, dengan pesatnya perkembangan lahan tambang batubara, luas lahan pertanian semakin berkurang, yang menjadi perubahan peran.

Berdasarkan dari portal berita idntimes Tidak sedikit juga korban yang jatuh di lubang bekas tambang yang ditinggalkan begitu saja oleh perusahaan tanpa adanya larangan untuk memasuki area bekas tambang tersebut. Seperti yang dikutip Di dalam portal berita idntimes.com “Korban tewas akibat jatuh di lubang bekas tambang batu bara terus bertambah di Provinsi Kalimantan Timur.” Adapun pernyataan dari jaringan Advokasi Tambang (Jatam) kaltim, Pradarma Rupang menuturkan hingga saat ini belum ada reaksi atau respons dari pihak pemerintah.

Masyarakat mulai merasakan dampak dari tambang batu bara dan Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU). Kegiatan penambangan dan pembangunan PLTU di dekat pemukiman penduduk seperti ini menimbulkan banyak permasalahan yang harus dihadapi masyarakat, mulai dari sulitnya mencari air bersih hingga pencemaran udara. Sejauh ini, belum ada tindakan tegas terkait kasus tersebut. Tampaknya pemerintah tidak peduli jika ini mengarah pada penegakan hukum. Jika perusahaan jelas-jelas melanggar peraturan yang berlaku, sanksi berat harus dijatuhkan. Pemerintah yang telah mengeluarkan izin usaha kepada perusahaan pertambangan sebenarnya, hanya berusaha mempertahankan eksistensinya dengan meningkatkan pendapatan daerah dengan mempertaruhkan nasib masyarakat dan lingkungan (Ramadhani, 2020). Lantas mengapa batu bara tidak ditinggalkan sebagai sumber energi padahal masyarakat merasakan banyak dampak negatifnya? Mengapa pemerintah belum menerapkan Energi Baru dan Terbarukan (EBT)? Pada saat yang sama, cadangan bahan baku fosil pun akan terus berkurang.

Peneliti melihat bahwa sebenarnya perusahaan yang mendapat dukungan kuat dari pemerintah melalui pengembangan pasar, karena alasan ekonomi atau karena mahalnya pengembangan sumber energi baru dan terbarukan, keuntungan dipertahankan untuk pengusaha, sehingga menjadi bisnis Keberlanjutan, mereka juga dapat memperoleh keuntungan dari peningkatan dalam penggunaan batu bara, namun dampaknya hanya dibebankan pada masyarakat. Mereka yang memiliki kekuasaan yang dapat dengan mudah menjalankan bisnis pertambangan batu bara.

Sementara itu, dilihat dari pemberlakuan UU terhadap PP RI Nomor 78 Tahun 2010 tentang reklamasi dan pasca tambang pemerintah telah merumuskan kebijakan yang mengikat bagi perusahaan pertambangan agar operasi penambangan yang dilakukan wajib diselesaikan dengan kegiatan reklamasi. Menurut keterangan Ananta (dari Hadits 2010, 9293; lihat juga Soeseno 2015), dijelaskannya, dari perspektif perubahan politik pasca orde baru dan struktur organisasi politik saat ini, ini berarti bahwa dalam perebutan kekuasaan sosial untuk sumber daya material, kita tidak bisa mengabaikan dinamika politik. Hal ini dimungkinkan setelah implementasi reformasi politik pasca orde baru dari kebijakan desentralisasi. Melalui itu, politik lokal berhak mengalokasikan dan mendistribusikan sumber daya material dalam lingkup kekuasaannya. Oleh karena itu, politik lokal menjadi arena pertikaian politik baru, ruang politik lokal yang tidak pernah netral terhadap kepentingan berbagai kekuatan sosial di masyarakat.

Sebagaimana dijelaskan dalam buku (Wintters, 2011: 8) oligarki dapat mengontrol dan mengontrol serangkaian sumber daya material terkonsentrasi, yang dapat digunakan untuk mempertahankan atau meningkatkan kekayaan pribadi dan status sosial mereka untuk kepentingan pribadi mereka.

Pada tahun 2019 kemunculan film dokumenter *Sexy Killers* ini adalah film yang cukup memberikan banyak perhatian bagi masyarakat dengan 36,1Juta Penonton di kanal Youtube Watchdoc Image, tentang problematika pertambangan batu bara, seperti problematika yang menyangkut tentang permasalahan alam sampai dengan permasalahan sosial dimasyarakat. Film yang menelusuri proses penambangan batu bara di Kalimantan menceritakan bagaimana industri batu bara berdampak pada warga, dan lingkungan.

Akan tetapi, dibalik itu semua dampaknya dibebankan kepada masyarakat. Watchdoc dalam produksinya menerapkan jurnalisme advokasi. sebuah karya jurnalistik yang bersifat faktual, yang memiliki ciri yaitu relevan, kebenaran, dan informatif. Sebab, jurnalisme advokasi memegang fungsi kontrol sosial yang sangat kuat dalam penyampaian informasi, pada dasarnya jurnalisme advokasi merupakan kemampuan wartawan dalam menunjukkan atau menyajikan fakta atau hubungan hasil liputan dengan pengamatan wartawan sehingga menghasilkan liputan investigasi.

Seperti sebagaimana yang kita ketahui bahwa film dokumenter merupakan film yang bersifat nyata atau sebenarnya yang terjadi, sebuah riset yang matang sebagai acuan atau pegangan utama dalam pembuatan film dokumenter. Film *Sexy Killers* menjadi sebuah strategi yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang lebih deskriptif dan informatif. Film ini dianggap sebagai propaganda untuk menggiring opini publik agar memiliki persepsi tertentu pada pemerintahan. Berbagai macam kritik sosial dan upaya perlawanan serta permintaan pertanggungjawaban dari masyarakat yang kemudian didokumentasikan dalam sebuah film dokumenter ini.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model Van Dijk Analisis Wacana Kritis . Model Van Dijk ini biasa dikenal dengan model “kognisi sosial”. Hal ini mungkin disebabkan oleh analisis van Dijk tentang unsur-unsur wacana. Oleh karena itu, (Eriyanto, 2017: 221) dapat digunakan dalam praktik Menurut Teun Van Dijk, analisis wacana dapat dilakukan dengan menggabungkan analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Berdasarkan pemaparan permasalahan di atas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana representasi pelanggaran hak asasi manusia dalam film dokumenter *sexy killers* dengan menggunakan analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat Membangun kesadaran kepada masyarakat akan kelestarian lingkungan hidup, terhadap dampak yang disebabkan para Oligarki, Plutokrasi yang terjadi pada tatanan sosial yang kemudian hanya merugikan kehidupan masyarakat.

## **LITERATUR**

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah suatu bentuk komunikasi yang menggunakan media, dimana media tersebut dapat diterima oleh semua khalayak dan menyebar ke segala arah (Vera, 2016:5). Oleh karena itu, media adalah suatu bentuk komunikasi yang menggunakan media (termasuk media cetak dan media elektronik) untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas.

## **Film Dokumenter**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film merupakan selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif atau untuk tempat gambar positif. Sedangkan menurut pasal 1 ayat UU Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 tentang perfilman yaitu film merupakan karya seni budaya yang dimaksud dengan film adalah karya seni budaya merupakan perantara sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.

Setelah dipahami secara singkat film merupakan sebuah karya yang dapat ditampilkan berupa audio dan visual yang bisa digunakan untuk menyampaikan suatu pesan kepada khalayak. Seperti yang dijelaskan Di dalam buku khalayak menonton film sebagai hiburan, sedangkan Di dalam film juga terdapat fungsi informatif maupun edukatif bahkan persuasif.

Film dokumenter merupakan suatu karya film atas dasar realitas serta fakta dari suatu peristiwa Film Dokumenter yang pada dasarnya merekam suatu peristiwa atau kejadian yang benar-benar terjadi bukan direkayasa dan menyampaikan realita dengan berbagai cara dari berbagai tujuan yaitu sebagai penyebaran luasan informasi, Pendidikan, dan propaganda bagi seseorang atau kelompok tertentu.

## **Sexy Killers**

Film dokumenter yang berjudul Sexy Killers ini yang berdurasi 90 menit hasil karya dari watchdoc merupakan hasil dari Ekspedisi Indonesia Biru yang berkeliling selama satu tahun. Film ini membahas tentang problematika tambang yang ada di Indonesia.

Film karya dua jurnalis Dandhy Dwi Laksono dan Ucok Suparta ini juga membahas adanya Isu elit politik yang juga terlibat dalam kepemilikan saham tambang batu bara di negeri ini dan dibongkar Di dalam film documenter Sexy

Andhy Panca Kurniawan, dikutip dari katadata.co.id, Watchdoc sendiri cukup dikenal di antara penikmat film dokumenter, Pada film dokumenter Watchdoc, Dandy sering mengangkat tema-tema yang berkaitan sosial.

## **Ideologi Kapitalisme**

Menurut (Djaja 2018: 3) Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga (2002), ideologi memiliki tiga arti. Pertama, ideologi adalah kumpulan dari konsep sistem, yang digunakan sebagai dasar pendapat (peristiwa) untuk memberikan arah dan tujuan untuk kelangsungan hidup. Kedua, ideologi adalah cara berpikir seseorang atau suatu kelompok. Ketiga, ideologi adalah semacam pemahaman, teori dan tujuan, serta suatu program sosial politik. Ideologi sendiri juga dapat diartikan sebagai suatu gagasan, konsep atau hasil pemikiran manusia, yang dapat digunakan sebagai cara atau alat untuk menemukan sesuatu. Kapitalisme didefinisikan secara luas sebagai sistem produksi, distribusi, dan pertukaran, di mana akumulasi kekayaannya diinvestasikan kembali untuk keuntungan yang berkelanjutan. (R. Saddam 2018: 2). Kapitalisme sendiri merupakan sistem politik, sosial, dan ekonomi di

mana kepemilikan pribadi (kekayaan) dari berbagai sumber daya modal secara langsung dikendalikan dan dikendalikan oleh individu. Ini berarti bahwa sistem kapitalis mengakui hak milik pribadi, dan sistem kapitalis juga mengharuskan negara untuk menyediakan serangkaian undang-undang dan sistem yang masuk akal untuk memastikan pengakuan kekayaan pribadi.

Karya terbesar Marx Das Capital berbeda dengan pemikiran lainnya, Marx menganggap kapitalisme sebagai sistem ekonomi dan sosial, yang menciptakan dua kelas dalam struktur sosial, kelas "borjuis" dan "proletariat". Borjuasi adalah kelompok minoritas yang menguasai berbagai alat produksi dan kapital Di antara proletariat atau kelas pekerja, inilah pihak yang tidak punya apa-apa selain kerja. Oleh karena itu, efek dari kondisi tersebut adalah pekerja tanpa modal (capital) harus dieksploitasi untuk bertahan hidup (R. Saddam, 2018: 6).

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa ideologi kapitalis (pemilik modal) dapat memperoleh keuntungan tertinggi melalui berbagai upaya. Sistem kapitalis adalah cara produksi, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup orang, tetapi dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau profit. ditampilkan dalam bentuk audio dan video, yang dapat digunakan untuk mengirimkan pesan ke publik. Sebagaimana dijelaskan dalam buku tersebut (Vera, 2016: 87), penonton yang menonton film adalah semacam hiburan, dan juga bersifat informatif, edukatif bahkan persuasif.

### **Hak Asasi Manusia**

Menurut Dardji Darmodiharjo dalam buku Suparyanto (2019:2), "Hak asasi manusia adalah hak dasar atau hak dasar yang dibawa manusia sebagai anugerah Tuhan Yang Maha Esa sejak lahir." Pengertian Hak Asasi Manusia (HAM) juga Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor Tahun 1999 Nomor 39, yang mengatur tentang hakikat dan seperangkat hak yang melekat pada keberadaan manusia sebagai ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, dan merupakan anugerah-Nya yang wajib dijunjung tinggi. oleh negara, Mempertahankan dan melindungi. Hukum, pemerintah dan seluruh rakyat menghormati dan melindungi harkat dan martabat manusia (Suparyanto, 2019: 2). Singkatnya, hak asasi manusia adalah hak yang ada pada diri manusia sebagai anugerah Tuhan Yang Maha Esa. Setiap orang, masyarakat, dan negara wajib melindungi, menghormati, dan melindungi hak-hak tersebut. Hak asasi manusia adalah hal yang harus dilindungi, dihormati dan dilindungi, namun pelanggaran hak asasi manusia masih terjadi di tingkat individu, atau oleh lembaga negara atau lembaga lain. Suparyanto (2019: 17) menjelaskan dalam bukunya bahwa pelanggaran HAM terbagi menjadi dua bentuk, yaitu pelanggaran HAM berat meliputi genosida dan kejahatan kemanusiaan, sedangkan pelanggaran HAM ringan meliputi penganiayaan, penyerangan dan fitnah seseorang.

### **Sistem Demokrasi**

Dalam buku ini (Aminuddin, 2014 Hal: 63), dijelaskan konsep Negara. Dalam literatur, demokrasi disebut sebagai bentuk atau mekanisme. Bagaimana sistem pemerintahan suatu negara dilaksanakan sebagai upaya untuk mewujudkan Kedaulatan negara (kekuatan sipil)

dikelola oleh pemerintah negara. Indonesia adalah negara yang menjunjung tinggi demokrasi, demokrasi yang dipahami Indonesia saat ini adalah pengaruh dari konsep demokrasi modern. Sejak awal kemerdekaan Indonesia hingga era reformasi demokrasi telah mengalami perubahan dan nuansa yang berbeda. Namun, sisi lain dari era reformasi juga membawa kesulitan bagi bangsa. Salah satunya adalah kebebasan berekspresi sering disalahgunakan sebagai penegasan identitas kelompok tertentu. mewakili mayoritas. Sebagai contoh, di tingkat pemerintahan dan politik, Keadaan demokrasi di Indonesia, terutama dari segi hukum, juga cukup mengkhawatirkan. Salah satunya adalah adanya pelanggaran HAM Kurangnya partisipasi warga dalam berbagai RUU.

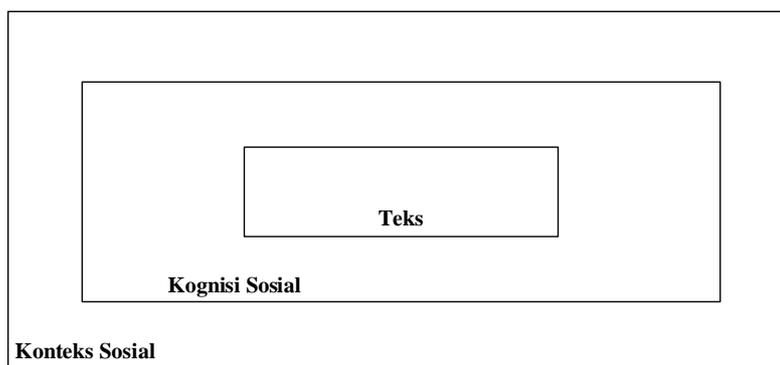
### **Analisis Wacana Kritis**

Sebagaimana dikatakan A.S Hakim dalam buku ini (Eriyanto, 2017:5), menjelaskan bahwa bahasa dipahami dalam suatu paradigma yang diatur dan dihidupkan oleh pernyataan yang ditujukan untuk realisasi. Pada dasarnya pernyataan adalah perilaku yang menciptakan makna, yaitu pembentukan diri dan pengungkapan diri penutur . Oleh karena itu, tuturan digunakan untuk membongkar kekuatan yang ada dalam semua proses bahasa, seperti pembatasan apa yang boleh menjadi tuturan, sudut pandang yang akan digunakan dan isu apa yang dibahas. Analisis wacana termasuk dalam kategori paradigma kritis, yang memiliki pandangan tertentu tentang bagaimana media dan berita harus dipahami melalui proses produksi dan struktur sosial. sama dengan Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis) disingkat CDA. wacana di sini tidak segera dipahami sebagai studi bahasa. Menurut Fairclough dan Wodak (Eriyanto, 2017: 7), Analisis Wacana Kritis berfokus pada penggunaan bahasa sebagai bentuk praktik sosial dalam berbicara dan menulis. Analisis wacana kritis juga menganggap bahasa sebagai ketimpangan kekuatan.

### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk, analisis wacana kritis yang digunakan oleh Van Dijk merupakan analisis paling banyak digunakan untuk melakukan penelitian. Analisis disini yang harus juga dilihat yaitu bagaimana suatu teks itu diproduksi, sehingga kita bisa mengetahui mengapa teks tersebut bisa diproduksi seperti itu. Maka dari itu proses produksi seperti itu sangat khas dengan Van Dijk.

Model yang digunakan Van Dijk sering disebut sebagai “Kognisi Sosial”. Di dalam model teori wacana Van Dijk memiliki tiga dimensi yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Jika digambarkan teori model Van Dijk ini sebagai berikut:



Struktur teks, Kognisi sosial, dan juga konteks sosial merupakan bagian yang integral dalam kerangka Van Dijk, (Eriyanto, 2017:274).

Dalam penelitian ini, pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma yang digunakan adalah paradigma kritis, yang memiliki pandangan tertentu tentang bagaimana media dan berita harus dipahami dalam seluruh proses produksi dan struktur sosial (Eriyanto, 2017: 22). Oleh karena itu, paradigma kritis bertujuan untuk membongkar realitas palsu yang telah diselewengkan dan dipalsukan oleh kelompok elit untuk kepentingan mereka. Peneliti menggunakan paradigma kritis karena tujuan penelitian ini adalah untuk mengkritisi ideologi di balik sebuah wacana didalam film dokumenter *Sexy Killers*.

### Subyek dan Objek Penelitian

Subyek Dalam penelitian ini peneliti memilih Dandhy Dwi Laksono selaku sutradara sebagai *Key Informan*, Dandhy Dwi Laksono merupakan orang yang terlibat langsung dalam memproduksi film dokumenter tersebut, sehingga mengetahui prihal informasi dan data serta mengetahui wacana dari pembuatan film dokumenter *Sexy Killers*. Sebagai informasi tambahan didalam penelitian ini peneliti memilih Eko arif Nugroho sebagai *Informan* yang dapat memberikan pandangan secara jelas tentang sistem pemerintahan Indonesia terkait dengan film dokumenter *Sexy Killers*.

Untuk Objek dalam penelitian ini peneliti memilih beberapa *scene* yang mewakili terkait pelanggaran HAM dan *scene* yang menampilkan adanya keterlibatan para elit politik yang ditampilkan di dalam film dokumenter *Sexy Killers*.

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori analisis wacana kritis Teun A. Van Dijk sebagai teknik analisis data yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu:

1. Teks

Van Dijk melihat suatu teks ini terdiri dari beberapa tingkatan yang masing-masing mendukung satu sama lain. Pertama, Struktur makro merupakan makna umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik, atau tema yang diutamakan dalam sebuah berita. Kedua, superstruktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks. Ketiga, struktur mikro adalah sebuah makna wacana yang dapat diamati

dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraphrase, dan gambar.

## 2. Kognisi Sosial

Analisis wacana tidak hanya membatasi perhatian Anda pada struktur teks, tetapi juga membatasi perhatian Anda pada cara teks diproduksi. Karena struktur wacana itu sendiri mengungkapkan atau melambangkan serangkaian sudut pandang, makna dan ideologi. Untuk menemukan makna tersembunyi dari teks, perlu dilakukan analisis kognisi sosial dan konteks sosial. Teks tidak memiliki makna, makna itu diberikan oleh penggunaan bahasa, lebih tepatnya, itu adalah proses kesadaran mental pengguna bahasa. (Eriyanto, 2017: 259260).

Maka perlu dilakukan wawancara guna mengetahui kesadaran dalam memproduksinya, juga membongkar ideologi, atau cara pandangnya dalam melihat sebuah peristiwa yang tengah dibicarakan dalam setiap teks tersebut.

## 3. Konteks Sosial

Di dalam bukunya (Eriyanto, 2017:271) dijelaskan Konteks sosial merupakan bagian dari wacana yang berkembang dalam masyarakat, sehingga untuk meneliti sebuah teks perlu dilakukannya sebuah pendekatan untuk memahami suatu teks sebagai sisipan dari teks lain, bagaimana wacana tentang suatu hal diproduksi, dikonstruksi dan dikonsumsi dalam masyarakat. Terkait film tersebut peneliti melihat adanya wacana yang berkembang dimasyarakat, yaitu wacana tentang sikap ketidakadilan terhadap masyarakat serta adanya penyalahgunaan kekuasaan untuk mengatur sebuah kebijakan.

## **Validitas Data**

Menurut Sutopo, 2006 dinyatakan bahwa terdapat empat macam teknik triangulasi, yaitu triangulasi data/sumber, triangulasi peneliti, triangulasi metodologis, dan triangulasi teoritis. Peneliti menggunakan triangulasi sumber/data, dijelaskan (Di dalam Tysara, 2020:84) teknik triangulasi sumber ini merupakan untuk menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Peneliti menggunakan triangulasi sumber/data, dijelaskan (Di dalam Tysara, 2020:84) teknik triangulasi sumber ini merupakan untuk menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Melalui Film Sexy Killers ini menjadi sebuah strategi yang digunakan untuk menyampaikan informasi lebih deskriptif dan informatif, dengan adanya pelanggaran-pelanggaran HAM yang terjadi film tersebut juga menampilkan adanya para penguasa di negeri ini yang ternyata merekalah para pemain dibalik bisnis pertambangan batu bara dan Sexy Killers kembali menjalankan fungsinya yakni fungsi meyakinkan dan membius bagi para penontonya di mana dengan menampilkan permasalahan tersebut dan bagan para kepemilikan perusahaan ini dapat menimbulkan perubahan sikap masyarakat atau dapat menggiring opini masyarakat terhadap pemerintah, fungsi integrasi dan empati bagaimana sebagai penonton film ini melihat warga yang ditindas oleh para pemilik bisnis energi

sekaligus para penguasa dinegeri ini dengan mempengaruhi kebijakan untuk kepentingan pribadi.

Pada Struktur Teks makro ditemukannya bahwa gagasan utama film dokumenter *Sexy Killers* menggambarkan terkait pelanggaran HAM terhadap masyarakat. dan adanya keterlibatan para penguasa di jajaran pemerintahan di Indonesia yang juga pemilik perusahaan pertambangan batu bara hal ini dapat terjadi adanya kesenjangan sosial antara para kelompok pemilik modal yang bisa mengontrol atau menguasai dengan kelompok yang dikuasai atau kelompok minoritas. Dengan mengambil sudut pandang korban, dan para penguasa secara dominan.

Dengan berbagai kasus yang terjadi belum adanya tindakan tegas terkait hal tersebut. Peristiwa kematian warga yang diakibatkan dari bekas galian tambang batu bara yang tidak di reklamasi, warga yang mulai sulit dalam perekonomiannya karena dampak dari kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh pertambangan batu bara dan banyaknya warga yang mulai terjangkit penyakit yang lagi-lagi diakibatkan oleh tambang batu bara maupun perusahaan PLTU. Hal ini menjadi pelanggaran Hak Asasi Manusia dimana HAM yang dimaksud seperti hak untuk hidup,

Pada level Superstruktur yang pada umumnya didasarkan atas fakta yang terjadi dan berdasarkan pandangan, argumen maupun pengalaman yang dirasakan langsung oleh si pembuat film. Film *Sexy Killers* menjadi strategi dalam penyampaian pesan, bagaimana alur tersebut dibuat, diseleksi dan diurutkan sehingga membentuk menjadi sebuah arti. Dengan menampilkan dampak yang terjadi yang diakibatkan dari pertambangan dan dapat menggiring opini tertentu terhadap para pemerintah sekaligus para pemilik perusahaan pertambangan atau para pemilik modal. Hal ini dengan ditunjukkannya Indonesia sangat bergantung terhadap batu bara padahal sudah banyak dampak yang terjadi ini dikarenakan adanya praktik politik untuk kepentingan pribadi. Para elit politik yang sekarang telah ada pada posisi sangat strategis di jajaran pemerintahan Indonesia semakin banyak masalah yang timbul yang harus dihadapi oleh masyarakat terhadap industri kotor ini. Sistem Demokrasi yang dijalankan dinegeri ini sebenarnya dibalik itu ada Sistem lain yang dijalankan pada pemerintahan Indonesia.

Pada Level Mikro terlihat didalam film ini secara dominan mengangkat terjadinya keterlibatannya para elit politik yang dapat mempengaruhi sebuah kebijakan yang berujung pada pelanggaran hak asasi manusia. Pada dasarnya hak asasi manusia dapat terjadi dari beberapa faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor Internal dan Eksternal itu sendiri yakni adanya kesenjangan sosial dan ekonomi, perbedaan tingkat kekayaan atau jabatan yang dimiliki seseorang dapat memicu adanya pelanggaran HAM, para penguasa atau para pemilik modal yang ditampilkan didalam film *Sexy Killers* juga sebagai pemicu dari pelanggaran HAM di mana para penguasa dapat mempengaruhi sebuah kebijakan melakukan berbagai usaha untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya.

Peneliti melihat pada kognisi sosial Sutradara *Sexy Killers* menempatkan masyarakat sebagai korban para elit politik yang sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat yang diakibatkan batu bara ini menjadi representasi dandhy terhadap pelanggaran hak asasi manusia yang diakibatkan dari para penguasa sekaligus para pemilik perusahaan pertambangan, dengan Dandhy memandang batu bara sebagai permasalahan sosial di masyarakat. Adanya kesenjangan sosial, pemanfaatan kekuasaan untuk kepentingan pribadi dan masyarakat sebagai korban para elit politik yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Kemudian batu bara sebagai komoditi yang erat kaitannya dengan masyarakat melihat sumber energi yang kita gunakan sehari-hari bersumber dari batu bara dan juga erat kaitannya terhadap para elit-elit politik.

Dalam konteks sosial, peneliti melihat bagaimana wacana dikonstruksi atau dikembangkan dalam masyarakat. Dalam studi ini, peneliti melihat bagaimana dimensi konteks sosial ini mencakup praktik kekuasaan dan adanya sebuah akses yang memang mempengaruhi, *Sexy Killers* menunjukkan adanya dominasi para pengusaha atau para pemilik modal pada jajaran pemerintahan di Indonesia. Hal ini dapat menjadi sebuah opini pada masyarakat terhadap pemerintah, mempengaruhi sebuah sikap masyarakat, mempengaruhi sebuah kepercayaan dan menjadi sebuah pengetahuan bagi masyarakat terkait pelanggaran HAM yang muncul diakibatkan dari sebuah kebijakan yang dipengaruhi oleh para pemilik kekuasaan demi kepentingan pribadi. Ini yang disebut bagaimana wacana diproduksi dan berkembang di masyarakat.

Hal ini juga sejalan dengan pandangan Marx tentang kapitalisme yang menciptakan dua kelas dalam struktur sosial, yaitu sistem ekonomi dan sosial kelas "borjuis" dan "proletar". Borjuasi adalah kelompok minoritas yang menguasai berbagai alat produksi dan kapital, sedangkan proletariat atau kelas pekerja adalah pihak yang tidak memiliki apa-apa selain pekerjaan. Oleh karena itu, menghadapi pengaruh kondisi tersebut, pekerja tanpa modal (capital) harus dieksploitasi agar dapat bertahan hidup (R. Saddam, 2018: 6). Sistem demokrasi yang dianut Indonesia semakin tertutup, pemerintahan yang dikelola oleh pemilik modal di segala bidang, yang memajukan pengambilan keputusan politik, militer, dan ekonomi suatu negara karena ingin mempertahankan kekayaan dan mengembangkan sistem atau sistem tersebut. sistem yang kaya.

## **SIMPULAN**

*Sexy Killers* sebagai media massa mencoba untuk menjalankan fungsinya, *Sexy Killers* tidak hanya memberikan sebuah hiburan & informasi yang belum banyak diketahui masyarakat, sebagai pengawas atau memonitor apa yang terjadi disekitar masyarakat. Di dalam film *Sexy Killers* berusaha menampilkan dan memberikan edukasi tentang banyaknya pelanggaran Hak Asasi Manusia yang terjadi yang diakibatkan dari para pemilik perusahaan pertambangan batu bara. Pada Struktur Teks makro, superstruktur dan mikro ditemukannya bahwa gagasan utama film dokumenter *Sexy Killers* menggambarkan terkait pelanggaran HAM terhadap masyarakat. dan adanya keterlibatan para penguasa di jajaran pemerintahan di Indonesia yang juga pemilik perusahaan pertambangan batu bara hal ini dapat terjadi adanya kesenjangan sosial antara para kelompok pemilik modal yang bisa mengontrol atau menguasai dengan kelompok yang dikuasai atau kelompok minoritas. secara dominan mengangkat terjadinya keterlibatannya para elit politik yang dapat mempengaruhi sebuah kebijakan yang berujung pada pelanggaran hak asasi manusia.

*Sexy Killers* membongkar siapa dibalik pemain dipusaran bisnis energi ini, dalam kognisi sosial Sutradara *Sexy Killers* menempatkan masyarakat sebagai korban para elit politik yang sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat yang diakibatkan batu bara ini menjadi representasi dandhy terhadap pelanggaran hak asasi manusia yang diakibatkan dari para penguasa sekaligus para pemilik perusahaan pertambangan. Dandhy selaku sutradara memandang tambang batu bara merupakan sebagai permasalahan sosial di masyarakat.

Seperti kebijakan yang dibuat pada UU Nomor 3 Tahun 2020 pasal 162 UU Minerba, ini menggambarkan adanya kebijakan yang hanya menguntungkan, mempermudah bagi para pemilik modal sekaligus pemilik kekuasaan dinegeri ini dan menjadi rangkaian kerakusan untuk mengeruk sumber daya yang ada.

Dalam film ini konteks sosial yang berkembang yaitu praktik kekuasaan para pengusaha atau para pemilik modal pada jajaran pemerintahan di Indonesia yang cukup mendominasi. Memanfaatkan kekuasaan untuk membuat kebijakan yang dapat melonggarkan jalan para

pemilik perusahaan. Hal tersebut yang ditampilkan didalam film Sexy Killers dapat menjadi sebuah opini pada masyarakat terhadap pemerintah, mempengaruhi sebuah sikap masyarakat, mempengaruhi sebuah kepercayaan dan menjadi sebuah pengetahuan bagi masyarakat terkait pelanggaran HAM yang muncul diakibatkan dari sebuah kebijakan yang dipengaruhi oleh para pemilik kekuasaan demi kepentingan pribadi.

Masyarakat diharapkan setelah menonton film ini lebih menggali segala informasi yang didapat, agar tidak terkecoh dengan apa yang sedang diperdebatkan. mencari kebenaran terlebih dahulu tidak cepat percaya terlebih dahulu atas apa yang diberitakan oleh media sebelum anda mencari data dari sumber, pada dasarnya media yang selalu melibatkan pandangan, dan ideologi dari wartawan atau dari sipembuat informasi.

Agar dapat memperkaya studi tentang analisis wacana kritis melalui suatu objek penelitian seperti film dokumenter sebagai salah satu bentuk peran mahasiswa Broadcast Journalism dalam mengetahui ideologi, maksud dari pembuatan suatu karya dan menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Djaja, Wahjudi. 2018. Pancasila diantara Ideologi Besar Dunia. Klaten: Cempaka Putih
- Eriyanto. 2017. Analisis Wacana Pengantar Analisis teks Media. Yogyakarta: LKiS Group. Cet. Ke-1 Edisi Khusus Komunitas.
- Prof. Dr. Aminuddin Ilmar. 2014. Hukum Tata Pemerintahan. Jakarta: Kencana. Cet. Ke-1.
- Ismail sunny, Mekanisme Demokrasi Pancasila. Aksara Baru. Jakarta. cet vi. 1987. hal 9-10.
- Suparyanto, Yudi. 2019. Deklarasi HAM di Indonesia. Klaten: Cempaka Putih.
- R. Sadam Al Jihad. 2018. PANCASILA IDEOLOGI DUNIA (Sintesis Kapitalisme, Sosialisme dan Islam). PT Pustaka Alvabet. Tangerang Selatan. Cet-1
- Vera, Nawiroh. 2016. Komunikasi Massa, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. Cet. Ke-1.
- Winters, Jeffrey. 2011. Oligarchy. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

### **Website:**

<https://www.idntimes.com/news/indonesia/melani-indra-hapsari/lagi-jatuhkorban-ke-37-di-lubang-bekas-tambang-batu-bara-di-kaltim-nasional/3> diakses pada tanggal 23 November 2020, Pukul 11:15

<https://www.jatam.org/2020-adalah-tahun-panen-ijon-politik-tambang-kriminalisasi-hingga-berujung-bencana/> diakses pada 04 Juni 2021 23:00

<https://katadata.co.id/pingitaria/berita/5e9a4e6baff4e/dandhy-laksono-pendiri-watchdoc-yang-jadi-tersangka-karena-isu-papua>

Sumber: <https://www.youtube.com/user/watchd0c/about> diakses pada 25 april 2021 pukul 11.40

### **Skripsi:**

Ramadhani, Putri Jayanti. (2020). Gerakan Jaringan Advokasi Tambang (JATAM) Sebagai Aktor Intermediary Dalam Pengendalian Kerusakan Lingkungan Akibat Pasca Penambangan Batu Bara (Studi Kasus Lubang Bekas Galian Tambang Batu Bara di Kalimantan Timur). Universitas Muhammadiyah Malang.

Tysara, Laudia. (2020). Analisis Wacana Reklamasi Dalam Film Dokumenter Kala Bena Watchdoc Documentery. Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta.

Jurnal:

Ananta, D. D. (2016, Agustus). Politik Oligarki dan Perampasan Tanah di Indonesia: Kasus Perampasan Tanah di Kabupaten Karawang Tahun 2014. *Jurnal Politik*, 2, 108.