

# Eusebius Leonardus Masan

*by* UNITRI Press

---

**Submission date:** 21-Sep-2022 01:54PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1894915373

**File name:** Eusebius\_Leonardus\_Masan.docx (134.05K)

**Word count:** 1808

**Character count:** 12098

**REPRESENTASI IBU-IBU KAMPUNG DALAM KOMEDI MAK BETI  
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ARIF MUHAMMAD**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
EUSEBIUS LEONARDUS MASAN  
NIM.2017230023**

## RINGKASAN

Media sosial yang populer di Indonesia adalah Instagram. Salah satu selebriti Instagram yang terkenal di Indonesia adalah Arif Muhammad. Arif Muhammad memiliki keunikan multiperan dalam konten komedi. Konten komedi yang diciptakannya memiliki karakter ibu-ibu kampung yang bernama Mak Beti. Komedi Mak Beti menunjukkan adanya karakteristik ibu-ibu kampung. Dengan adanya representasi ibu-ibu kampung yang ditunjukkan dapat dianalisis berdasarkan Teori Semiotika Ferdinand de Saussure. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi ibu-ibu kampung dalam komedi Mak Beti pada media sosial Instagram Arif Muhammad.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Objek penelitian ini adalah potongan video komedi Mak Beti pada media sosial Instagram Arif Muhammad dengan fokus penelitian berupa representasi ibu-ibu kampung. Teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu dokumentasi dan pustaka. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat tahap, yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data, (3) pembahasan dan analisis, serta (4) penarikan kesimpulan.

Penelitian ini menghasilkan tiga kategori yang menunjukkan adanya representasi ibu-ibu kampung dalam komedi Mak Beti pada media sosial Instagram Arif Muhammad, yaitu (1) kepribadian ibu-ibu kampung, (2) hubungan sosial ibu-ibu kampung, dan (3) tradisi ibu-ibu kampung. Kepribadian ibu-ibu kampung terdiri dari bergantung dengan alam, suka bergosip, dan mudah curiga. Hubungan sosial ibu-ibu kampung terdiri dari gotong royong, guyub rukun, dan suka berbagi. Sementara itu, tradisi ibu-ibu kampung terdiri dari tradisi wirid, tradisi tepuk tepung tawar, tradisi lomba hari kemerdekaan, tradisi punggahan, dan tradisi lebaran kampung.

**Kata Kunci :** representasi ibu-ibu kampung, komedi Mak Beti, Instagram Arif Muhammad, semiotika

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Hal tersebut dikarenakan adanya kebutuhan atas informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi menghadirkan perangkat-perangkat yang mampu diakses kapanpun dan dimanapun. Dengan demikian, media konvensional mulai ditinggalkan dan diganti oleh media baru (*new media*). Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zulkarnain (2021:55) bahwa penggunaan media konvensional lebih rendah daripada media baru (*new media*).

Kehadiran media baru (*new media*) digunakan untuk mempermudah aktivitas manusia dalam memperoleh informasi. *New media* dapat diartikan sebagai sebuah medium komunikasi yang secara luas terintegrasi ke dalam jaringan atau internet. Media baru (*new media*) hadir dengan adanya kombinasi baik teks, suara, maupun gambar yang ditampilkan dalam bentuk digital (Sundawa dan Trigartanti, 2018:438). Salah satu contoh dari *new media* adalah media sosial.

Kehadiran media sosial di tengah masyarakat era kini telah memberikan manfaat yang sangat besar, khususnya di era pandemi seperti sekarang. Media sosial cukup membantu dalam menghapus jarak antar manusia, sehingga sangat efektif untuk mempersingkat waktu dalam berkomunikasi (Nabila, 2020:23). Ide tersebut yang mendasari munculnya media sosial. Media sosial dapat dipahami sebagai suatu *platform digital* yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya.

Media sosial tercipta pada tanggal 24 Mei 1844 dengan bentuk serangkaian titik dan garis elektronik yang diketik pada mesin telegraf. Kehadiran media sosial pertama kali diawali dengan munculnya *Sixdegrees.com* pada tahun 1997 sebagai situs media sosial yang pertama kali di dunia. Setelah itu, perkembangan media sosial sangat luas dan cepat, sehingga mampu menghadirkan berbagai macam media sosial yang dibutuhkan oleh penggunanya. Media sosial tersebut diantaranya *Friendster*, *LiveJournal*, *LinkedIn*, *Myspace*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *TikTok*,

dan media sosial lainnya. Berbagai media sosial tersebut hadir dengan karakter dan kelebihan masing-masing.

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (dalam Purnamasari, 2019:4) sejak tahun 2012 masyarakat Indonesia sudah terhubung dengan internet dan aktivitas yang mereka lakukan adalah membuka media sosial. Hal tersebut sejalan dengan data *Indonesian Digital Report 2022* (Riyanto, 2022), pengguna media sosial aktif di Indonesia tahun 2022 mencapai 191,4 juta jiwa. Dengan melihat jumlah pengguna media sosial yang aktif di Indonesia tersebut dapat diprediksi Indonesia menjadi negara dengan pengguna media sosial paling aktif dan paling banyak. Hal tersebut dikarenakan perangkat-perangkat internet semakin terjangkau harganya bagi masyarakat, sehingga memungkinkan penetrasi jaringan pada *user* yang lebih luas (Purnamasari, 2019:4). Salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia adalah media sosial Instagram.

Berdasarkan data tentang *Indonesian Digital Report 2022* (Riyanto, 2022) menyebutkan, pada tahun 2022 Instagram menempati peringkat kedua teratas *platform* media sosial terbanyak digunakan di Indonesia, yaitu sebesar 84,8% atau 99,15 juta jiwa. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang diciptakan sejak tahun 2010 dan memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, serta membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik akun pengguna sendiri. Instagram menjadi media sosial yang paling populer karena fitur-fitur yang ditawarkan sangat lengkap dan masa kini. Instagram memungkinkan untuk mengunggah hingga 10 foto dan video dalam sekali unggah dan dapat menuliskan keterangan foto atau video dengan karakter yang tak terhingga (Enterprise, 2021:7).

Karakteristik umum Instagram adalah berfokus pada foto dan *video sharing*. Melalui Instagram, pengguna tidak hanya menuliskan kata-kata untuk mengekspresikannya perasaannya, tetapi dapat mengekspresikannya melalui foto. Karakteristik Instagram lainnya adalah memungkinkan pengguna untuk memilih foto atau video yang tepat untuk mempresentasikan dirinya kepada publik. Hal ini menjadi menarik karena tiap pengguna memiliki karakteristik yang berbeda dalam mengekspresikan dirinya dalam bentuk potret. Bahkan, tidak heran jika pengguna Instagram berusaha menampilkan foto atau video yang memiliki ciri khas tertentu untuk menarik pengguna lain agar menjadi *followersnya*. Dengan demikian, pengguna dapat mengekspresikan kedekatannya dengan lawan bicara dengan mengabadikan potret dengan karakteristik yang berbeda-beda.

Dengan adanya fitur-fitur pendukung Instagram, maka memunculkan fenomena baru, yaitu selebriti Instagram atau *selebgram*. Fenomena selebriti Instagram (*selebgram*) ini menampilkan gaya baru dari penampilan *online* di mana orang menggunakan *webcam*, video, audio, blog, dan situs jejaring sosial untuk menaikkan popularitas mereka di kalangan pembaca, pemirsa, dan mereka yang terhubung secara *online* (Purnamasari, 2019:5). Di Indonesia sendiri, *selebgram* mempunyai latar belakang yang beragam dan tidak semuanya memiliki kepopuleran di media televisi. Salah satu *selebgram* yang populer di Indonesia saat ini adalah Arif Muhammad.

Arif Muhammad merupakan *selebgram* asal kota Binjai, Sumatera Utara. Arif Muhammad memulai karirnya sebagai selebriti di Instagram pada tahun 2015. Nama Arif Muhammad terkenal karena kreativitasnya dalam memerankan beberapa karakter (multiperan) dalam suatu cerita atau video komedi pada akun Instagramnya @arifmuhammadd\_.

Pada tahun 2022, pengikut Instagram Arif Muhammad sudah mencapai 2,5 juta orang (*instagram.com*). Artinya, banyak masyarakat Indonesia yang ingin menonton video *bergenre* komedi tersebut. Adapun menurut Papana (2016:7), komedi adalah genre hiburan bersifat humor yang terstruktur dan memiliki tujuan. Meskipun tidak mencakup semua hal yang bersifat lucu, komedi dapat menggunakan cara apapun untuk mencapai tujuannya. Berkaitan dengan hal tersebut, Arif Muhammad juga memiliki tujuan dengan video komedinya tersebut.

Video komedi tersebut muncul dengan latar belakang adanya kenangan masa lalu Arif Muhammad di kampung halaman (Djari, 2019:28). Dengan adanya kerinduan terhadap kampung halaman, Arif Muhammad ingin meng gambarkannya melalui video komedi tersebut, misalnya bagaimana suasana alam perkampungan dengan hiruk pikuk di dalamnya. Dengan demikian, dalam unggahan video Arif Muhammad banyak merepresentasikan tentang kehidupan di daerah perkampungan.

Representasi dapat diartikan sebagai konsep yang dapat merujuk pada tanda, model, atau gambar yang menunjukkan kemiripan seseorang atau sesuatu. Representasi merujuk pada proses realitas yang disampaikan dalam komunikasi, baik melalui kata-kata, bunyi, citra, maupun kombinasinya (Purwandari, 2021:27). Dalam hal ini, Arif Muhammad mampu merepresentasikan tentang kehidupan di daerah kampung halamannya, yaitu Binjai. Arif Muhammad mencoba merepresentasikan bagaimana suasana di kampung halaman Binjai beserta dengan kehidupan sosial masyarakatnya dan logat bahasa yang khas di kampung tersebut. Untuk mendukung

representasi kehidupan perkampungan, Arif Muhammad memfokuskan pada kehidupan ibu-ibu di perkampungan.

Kehidupan ibu-ibu di perkampungan digambarkan dengan melihat bagaimana karakteristik (ciri khas) ibu-ibu kampung. Seperti halnya yang ditemukan dalam penelitian terdahulu oleh Wicaksono (2017) tentang representasi tokoh ibu dalam film yang mengungkapkan bahwa ciri khas yang terlihat pada kegiatan ibu-ibu adalah adanya budaya gotong royong dengan tetangga. Selain itu, kehidupan ibu-ibu kampung juga digambarkan melalui kegiatan sosial, ekonomi, dan bagaimana pola kerja atau tindakan yang dilakukan oleh ibu-ibu kampung terhadap keluarga atau masyarakat di lingkungannya.

Berdasarkan fokus tersebut, Arif Muhammad menghadirkan tokoh utama dalam video komedinya. Kehadiran tokoh tersebut digunakan untuk menghidupkan cerita komedi tentang representasi ibu-ibu di kampung. Tokoh utama tersebut adalah Mak Beti. Tokoh Mak Beti digambarkan sebagai ibu-ibu yang memiliki seorang anak remaja. Mak Beti digambarkan tinggal di perkampungan dengan segala aktifitas masyarakat di perkampungan. Gaya bicara Mak Beti yang khas, cerewet, dan ceplis-ceplos menjadikan salah satu keunikan dan kemenarikan di mata penonton. Selain memerankan tokoh Mak Beti, Arif Muhammad juga menampilkan berbagai macam peran (karakter) sesuai dengan keunikan karakternya masing-masing.

Penelitian tentang komedi Mak Beti ini sangat menarik untuk diteliti karena adanya keahlian Arif Muhammad dalam menjadi multiperan. Selain itu, gambaran atau cerita yang diangkat dalam komedi Mak Beti terlihat sangat natural dan alami (tanpa dibuat-buat). Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis tanda-tanda yang mengungkap makna dalam komedi tersebut. Peneliti akan menganalisis video komedi Mak Beti sebanyak 346 video. Video tersebut terhitung dari tahun 2015-2022 yang mempresentasikan ibu-ibu kampung.

Aspek representasi ibu-ibu kampung tersebut ditunjukkan melalui tanda dalam video komedi yang akan menimbulkan makna simbolik. Makna simbolik yang ditampilkan tersebut memiliki makna baik secara langsung maupun tidak langsung tersampaikan kepada khalayak. Makna simbolik dalam video komedi ini banyak mengandung bentuk representasi ibu-ibu kampung yang ditunjukkan di dalamnya. Pemilihan karakter ibu-ibu kampung dalam video komedi didasarkan atas kebutuhan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

Tanda yang ada dalam video komedi ini dapat berupa benda fisik (dapat dipancainderakan) dan dapat berupa konsep pikiran atau ide yang ada pada video komedi tersebut.



Dalam ilmu semiotik Ferdinand de Saussure diartikan sebagai penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda adalah aspek material yang dapat dipancainderakan, sedangkan petanda adalah konsep ide atau pikiran (Nazaruddin, 2015:12). Melalui dialog dan visual dalam video komedi ini, peneliti akan menemukan bentuk-bentuk representasi ibu-ibu kampung berdasarkan penanda dan petanda yang dianalisis.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik meneliti video komedi Mak Beti pada media sosial Instagram Arif Muhammad untuk mengetahui bagaimana praktik representasi ibu-ibu kampung yang dilakukan melalui analisis makna dari tanda-tanda yang ditampilkan. Hal tersebut dikarenakan video komedi ini memrepresentasikan bagaimana karakteristik atau ciri khas ibu-ibu kampung melalui kemampuan Arif Muhammad dalam melakukan multi peran. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul penelitian “*Representasi Ibu-Ibu Kampung Dalam Komedi Mak Beti Pada Media Sosial Instagram Arif Muhammad*”.

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana representasi ibu-ibu kampung dalam komedi Mak Beti pada media sosial Instagram Arif Muhammad ?

## 3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi ibu-ibu kampung dalam komedi Mak Beti pada media sosial Instagram Arif Muhammad.

## 4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

### a. Manfaat Teoritis



Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan atau kontribusi dalam ilmu pengetahuan yang bermanfaat dalam memberikan gambaran tentang representasi ibu-ibu kampung dalam komedi Mak Beti pada media sosial Instagram Arif Muhammad.

#### b. Manfaat Praktis

##### 1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan menjadi pandangan untuk mengembangkan penelitian ini di masa yang akan datang.

##### 2. Bagi Selebriti Instagram

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan motivasi atau dorongan bagi selebriti Instagram, khususnya selebgram pemula agar dapat lebih memperlihatkan kemampuan dan ciri khas yang dimiliki masing-masing individu.

# Eusebius Leonardus Masan

## ORIGINALITY REPORT

28%

SIMILARITY INDEX

27%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://jos.unsoed.ac.id">jos.unsoed.ac.id</a> Internet Source	2%
3	Submitted to Canada College Student Paper	2%
4	<a href="http://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a> Internet Source	1%
5	Submitted to Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada Student Paper	1%
6	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://www.ceweknews.com">www.ceweknews.com</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%

10	<a href="http://www.gramedia.com">www.gramedia.com</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://repository.uinmataram.ac.id">repository.uinmataram.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1 %
13	Afifah Qurotul Ain, Khaidar Mirza, Muhammad Fajar Caniago, Muhamad Heru Faturrohman. "Fenomena Buzzer Dalam Kontroversi Omnibus Law Di Media Sosial", ijd-demos, 2021 Publication	1 %
14	<a href="http://mathdidactic.stkipbjm.ac.id">mathdidactic.stkipbjm.ac.id</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	<a href="http://socialmediamarketer.id">socialmediamarketer.id</a> Internet Source	1 %
17	<a href="http://www.jurnalkommas.com">www.jurnalkommas.com</a> Internet Source	1 %
18	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1 %
19	<a href="http://www.situsekonomi.com">www.situsekonomi.com</a> Internet Source	1 %

20	<a href="http://betauntuksemesta.blogspot.com">betauntuksemesta.blogspot.com</a> Internet Source	1 %
21	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	1 %
22	<a href="http://repositori.usu.ac.id">repositori.usu.ac.id</a> Internet Source	1 %
23	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://ocs.unud.ac.id">ocs.unud.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://repository.uin-malang.ac.id">repository.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://digilib.unimed.ac.id">digilib.unimed.ac.id</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://humanislucu.com">humanislucu.com</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://www.sipitek.com">www.sipitek.com</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On