

BAB II LANDASAN TEORI

A. Semiotika

Semiotika berasal dari kajian klasik dan skolastik mengenai seni logika, retorika, dan poetika. Ferdinand de Saussure mendefinisikan semiotika sebagai "ilmu yang mempelajari tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial." Istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani, *semeion*, yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain berdasarkan konvensi sosial. Semiotika juga memiliki cabang-cabang, seperti semiotika medis (yang mempelajari hubungan antar tanda) dan semiotika umum (yang menjelaskan semua fungsi tanda berdasarkan sistem hubungan satu kode atau lebih). Istilah semiotika sering digunakan bersamaan dengan istilah *semiology*.²³ Tujuan analisis semiotika adalah untuk menemukan makna tanda, termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik suatu tanda (teks, iklan, berita). Terdapat berbagai kode yang digunakan dalam komunikasi antar manusia. Kajian semiotika membedakan dua jenis semiotika, yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi.

Menurut John Powers (1995), pesan memiliki tiga unsur, yaitu: (1) tanda dan simbol, (2) bahasa, dan (3) wacana (diskursus). Menurut Powers, tanda merupakan dasar dari semua komunikasi. Semiotika mempelajari sistem, kaidah, dan konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut

²³ Hamidah, Ahmad Syadzali, "*Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Fenomena Jilboobs*" Fakultas Ushuluddin dan Humaniora IAIN Antasari Banjarmasin Diterima tanggal 3 Oktober 2016 Disetujui tanggal 20 Oktober 2016, h 123.

memiliki makna. Semiotika membagi isi teks menjadi bagian-bagian dan menghubungkannya dengan wacana yang lebih luas. Analisis semiotik menyediakan cara untuk menghubungkan teks tertentu dengan sistem pesan di mana teks tersebut dapat beroperasi.²⁴ Dalam sistem semiotika terdapat fungsi komunikasi, yaitu fungsi tanda dalam menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim pesan (*sender*) kepada penerima pesan (*receiver*) berdasarkan kaidah atau kode tertentu. Semiotika lebih merujuk pada istilah yang digunakan oleh Charles Sanders Peirce, sementara semiologi merujuk pada istilah yang digunakan oleh Ferdinand de Saussure.

Peirce dan Saussure merupakan tokoh utama dalam semiotika modern yang menjadi acuan dalam pembelajaran hingga saat ini. Menurut Roland Barthes, semiotika bertujuan untuk menerjemahkan dan menginterpretasikan tanda (*sign*) baik yang bersifat verbal maupun nonverbal. Barthes lebih memfokuskan kajiannya pada aspek nonverbal, seperti makna budaya dan tanda visual.²⁵ Selain itu, Barthes juga menjelaskan bahwa tanda (*sign*) tidak dapat berdiri sendiri, melainkan harus didukung oleh penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda adalah objek yang dapat kita lihat, sedangkan petanda adalah makna yang kita tetapkan atau tafsirkan.

²⁴ Erwan Efendi, Irfan Maulana Siregar, Rifqi Ramadhan Harahap, “*Semiotika Tanda dan Makna*” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Vol 4 No 1 (2024) 154-163 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X, h 155.

²⁵ Sri Ayu Rayhaniah, M.Sos “*Pengantar Teori Semiotika*” Cijerah Kota Bandung - Jawa Barat Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris (UINSI) Samarinda, h, 123-124.

B. Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes merupakan tokoh lain yang mengikuti pemikiran Saussure. Barthes berpendapat bahwa suatu sistem tanda mencerminkan asumsi-asumsi dari masyarakat tertentu pada waktu tertentu. Jika Saussure menggunakan istilah penanda untuk menyebut bentuk fisik atau simbol yang digunakan untuk mewakili sesuatu, seperti kata, gambar, atau suara, dan petanda untuk menyebut konsep atau makna yang terkait dengan penanda tersebut dalam suatu teks atau pesan, maka Barthes menggunakan istilah denotasi dan konotasi untuk menggambarkan tingkatan-tingkatan makna. Denotasi merujuk pada makna yang paling langsung atau nyata dari suatu tanda, sementara konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan makna tahap kedua. Adapun beberapa kode yang ada pada teori semiotika Roland Barthes yaitu:

Ada lima kode yang ditinjau Barthes:

- 1) Kode hermeneutik (kode teka-teki), yang berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan "kebenaran" bagi pertanyaan yang ada dalam teks.
- 2) Kode semik (makna konotatif), banyak menawarkan banyak sisi. Pembaca menyusun tema suatu teks.
- 3) Kode simbolik merupakan aspek pengkodean fiksi yang paling khas bersifat struktural.
- 4) Kode proaretik (kode tindakan), sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang, artinya semua teks bersifat naratif.

- 5) Kode gnomik (kode kultural), merupakan acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui oleh budaya.²⁶

Dengan demikian, semiotika dalam studi media menggunakan berbagai macam teks termasuk: gambar, iklan, dan film untuk memberikan kepada penerima pengetahuan yang dibutuhkan untuk memiliki kemampuan menganalisis dan menghasilkan teks dan desain yang bermakna di masa depan. Adapun beberapa aspek pada teori semiotika Roland Barthes yang dapat mendukung penulis dalam menganalisis sebuah komentar di sosial media, sebagai berikut:

a) Denotasi

Signifikasi tahap pertama adalah hubungan antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal, yang dalam semiotika Barthes disebut sebagai denotasi, yaitu makna yang paling nyata dari tanda. Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya memiliki makna tambahan, tetapi juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang menjadi dasar keberadaannya. Dalam hal ini, denotasi diasosiasikan dengan ketertutupan makna. Denotasi adalah hubungan yang digunakan pada tingkat pertama dalam kata, yang secara bebas memegang peranan penting dalam ujaran. Denotasi dipahami secara nyata, yang berarti makna harfiah atau makna yang sesungguhnya, dan terkadang dapat dirancukan dengan referensi

²⁶ Syaiful Qadar Basri1, Ethis Kartika Sari “*Tari Remo (Ngremong): Sebuah Analisis Teori Semiotika Roland Barthes Tentang Makna Denotasi Dan Konotasi Dalam Tari Remo (Ngremong)*” Universitas Airlangga ONLINE ISSN 2655-2205 Vol. 2 No.1, 2019 Page 55-69, h 57-61.

atau acuan. Proses signifikasi denotasi biasanya mengacu pada penggunaan bahasa yang berarti sesuai dengan apa yang terucap. Dalam semiologi Roland Barthes, denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, yang kemudian dilanjutkan dengan sistem signifikasi konotasi pada tingkat kedua.

b) Konotasi

konotasi digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Kata “konotasi” sendiri berasal dari bahasa latin, “*connotare*” yang memiliki arti “menjadi tanda” serta mengarah pada makna-makna kultural yang terpisah dengan kata atau bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Makna konotatif merupakan perpaduan antara makna denotatif dengan berbagai gambaran, kenangan, dan perasaan yang timbul ketika indera kita berinteraksi dengan petanda. Hal ini menyebabkan terjadinya interaksi saat petanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca serta nilai-nilai budaya yang melekat. Berdasarkan kerangka Barthes, konotasi terkait erat dengan operasi ideologi yang dikenal sebagai mitos dan berfungsi untuk mengungkap serta membenarkan nilai-nilai dominan yang berlaku pada suatu periode tertentu. Konotasi merujuk pada makna yang melekat pada suatu kata karena sejarah penggunaannya, sehingga makna tersebut dapat ditafsirkan berbeda oleh setiap individu. Jika denotasi suatu kata dianggap sebagai makna objektif, maka konotasi dianggap sebagai makna subjektif atau emosional. Arthur Asa Berger menyatakan bahwa konotasi melibatkan simbol, sejarah, dan

hal-hal yang berkaitan dengan emosional. Makna konotatif bersifat subjektif karena terdapat pergeseran dari makna umum (denotatif) yang disertai dengan tambahan rasa dan nilai tertentu.

c) Mitos

Mitos sering dipandang sebagai cerita yang mirip dengan dongeng, dianggap aneh, dan sulit dipahami maknanya, sehingga dianggap sulit diterima kebenarannya karena kisahnya yang irasional (tidak masuk akal). Namun, dari ketidakmasukakalan tersebut, banyak penelitian tentang mitos yang melibatkan berbagai ilmuwan Barat. Mereka tertarik untuk mempelajari teks-teks kuno dan berbagai mitos yang telah dikumpulkan dari berbagai tempat dan suku bangsa di dunia. Manusia sering bertanya-tanya tentang segala hal yang terjadi dalam kehidupannya sehari-hari. Menurut mitologi Yunani, pertanyaan-pertanyaan manusia mengenai peristiwa di alam semesta telah dijawab, namun dalam bentuk mitos. Oleh karena itu, dalam bahasa Yunani dikenal mitos yang berlawanan dengan logika (*muthos* dan *logos*). Dalam mitos, sebuah petanda juga dapat memiliki beberapa penanda.²⁷

Semiotika Barthes menekankan pada pluralitas makna, kebebasan interpretasi, dan peran aktif pembaca dalam menciptakan makna teks. Teks bukanlah entitas tetap, melainkan ruang terbuka yang penuh dengan potensi interpretasi yang tidak terbatas.

²⁷ R.A Granita Dwisthi Ismujihastuti, Adi Bayu Mahadian, S.Sos., M.I. Kom, "Representasi Wanita Dalam Sampul Album Raisa" Universitas Telkom, Vol.2, No.1 April 2015, h 997-998.

C. Representasi

Representasi secara sederhana merupakan gambaran mengenai suatu hal yang terdapat dalam kehidupan kemudian digambarkan melalui media. Representasi bekerja secara berkesinambungan dengan identitas, regulasi budaya, konsumsi hingga produksi. Representasi secara literal memiliki makna ‘penghadiran kembali’. Konsep ini digunakan untuk menggambarkan hubungan antara teks media dengan realitas yang ada. Hal tersebut karena representasi merupakan salah satu praktik dalam pembentukan makna. Menurut Stuart Hall, representasi memiliki dua proses yakni representasi mental dan bahasa. Representasi mental yakni konsep terkait tentang “sesuatu” (peta konseptual) yang berada pada kepala masing-masing manusia. Representasi mental juga masih berupa sesuatu yang bersifat abstrak. Sedangkan representasi bahasa, memiliki peran penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak pada kepala masing-masing manusia diterjemahkan dengan bahasa agar dapat menghubungkan konsep dan ide tentang suatu tanda dari symbol. Dengan demikian representasi merupakan sebuah proses sosial dari representing sekaligus sebuah produknya. Representasi merupakan konsep maupun produk dari pemaknaan suatu tanda. Representasi merupakan konsep yang digunakan dalam proses pemaknaan melalui sistem penandaan yang tersedia seperti dialog, video, film, teks, fotografi dan lainnya.²⁸ Representasi adalah bagian dari proses bagaimana kita membentuk makna terhadap suatu hal. Artinya, representasi

²⁸ Silma Mega Oktaviani , Diana Amalia “*representasi toxic relationship pada web series layangan putus*” JURNAL ILMU KOMUNIKASI E-ISSN : 2614-0381, ISSN: 2614-0373 VOLUME 5, NO. 2, JULI, 2022 h 261.

tidak hanya sekadar menyajikan gambar atau teks, tetapi juga memberi makna atas apa yang digambarkan tersebut. Menurut Stuart Hall, representasi terbagi menjadi dua proses utama:

1. Representasi mental: Ini adalah konsep atau gambaran yang ada dalam pikiran kita tentang sesuatu. Bisa dianggap seperti "peta konseptual" yang ada dalam kepala setiap orang. Namun, representasi mental ini masih bersifat abstrak tidak terlihat langsung, hanya berupa gambaran dalam pikiran.
2. Representasi bahasa: Proses ini melibatkan penerjemahan atau pengungkapan konsep-konsep abstrak tersebut ke dalam bahasa atau simbol-simbol lainnya. Bahasa, dalam hal ini, berfungsi untuk menghubungkan konsep yang ada dalam pikiran kita dengan dunia nyata melalui tanda atau simbol yang bisa dimengerti orang lain, seperti kata-kata, gambar, atau suara.

Dengan demikian, representasi bukan hanya tentang cara kita menggambarkan dunia, tetapi juga tentang bagaimana kita membentuk makna dari tanda-tanda yang ada di sekitar kita. Representasi ini juga disebut sebagai proses sosial, karena ia terjadi dalam konteks sosial dan budaya, melibatkan interaksi antara individu dan kelompok, serta dipengaruhi oleh cara masyarakat menginterpretasikan simbol-simbol tersebut. Berbagai media seperti film, teks, video, foto, dan lainnya adalah saluran atau sistem yang kita gunakan untuk melakukan representasi dan membentuk makna dari dunia yang kita alami. Representasi adalah proses dan produk yang melibatkan penggambaran dan pemberian makna atas

suatu tanda atau simbol, baik secara mental dalam pikiran maupun dalam bentuk bahasa atau media lainnya.²⁹

D. Komunikasi *Gaslighting*

Konsep *gaslighting* secara etimologi, terminologi, dan sejarahnya. *Gaslighting* secara umum dimengerti sebagai bentuk kekerasan komunikasi yang memanipulasi psikologis. Tujuannya untuk membuat korban meragukan kewarasan dan ingatannya sendiri. Istilah ini berasal dari drama tahun 1938 yang berjudul “*Gas Light*” karya Patrick Hamilton, yang kemudian diadaptasi menjadi film pada tahun 1944 dengan judul yang sama yaitu, “*Gaslight*”.³⁰ Film ini, menampilkan Charles Boyer dan Ingrid Bergman, mengisahkan tentang seorang pria yang membuat istrinya percaya bahwa dia tidak waras, sering memanipulasi dan menyiksanya. Langkah-langkah yang diambil oleh suami terhadap istrinya memengaruhi rasa percaya diri sang istri, lingkungan sekitarnya, dan teman-temannya. Judul film tersebut diambil dari serangkaian tindakan yang dilakukan sang suami untuk merampas kekayaan istrinya dan membuatnya gila.

Secara etimologis, istilah “*gaslighting*” berasal dari istilah “*gaslight*,” yang merujuk pada jenis lampu gas yang digunakan pada abad ke-19 dan awal abad ke-20. Penggunaan kata ini dalam konteks psikologis menggambarkan cara seseorang mempermainkan cahaya untuk membuat orang lain merasa bingung dan tidak yakin tentang realitasnya. Ini

²⁹ Nadya Fhebrianty, Roswita Oktavianti, “*Representasi Identitas Androgini di Media Sosial*”, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, Vol.3,No.1, Juli 2019, Hal277

³⁰ Kate Abramson, “*Turning Up The Lights On Gaslighting*,” *Philosophical Perspectives* 28, no. 1 (December 2014): 3–6, <https://doi.org/10.1111/phpe.12046>.

menciptakan dinamika di mana korban meragukan ingatan, persepsi, dan bahkan kewarasan mereka sendiri.³¹ Dalam penelitian yang dilakukan oleh Klein, Li, dan Wood, ada setidaknya empat karakteristik umum *gaslighting*.

Diantaranya:

- a. Dinamika hubungan yang melibatkan love-bombing, isolasi korban, ketidakterdugaan pelaku, dan pengabaian. Love-bombing meliputi ekspresi berlebihan kasih sayang pada awal hubungan untuk merayu korban. Isolasi korban melibatkan membuat korban terpisah dari lingkaran sosialnya.
- b. Perilaku *gaslighting* khusus seperti tuduhan bahwa korban gila atau tidak rasional, menuduh korban salah ingat, mengalihkan topik pembicaraan ketika korban membahas kelakuan pelaku, dan membalikkan kesalahan ke korban.
- c. Motivasi pelaku meliputi menghindari tanggung jawab atas tindakan mereka, misalnya selingkuh, dan mengendalikan tingkah laku korban. Pelaku seringkali membantah adanya masalah ketika korban membahas kelakuan tidak pantas pelaku.
- d. Dampak pada korban berupa hilangnya rasa percaya diri, kesulitan mempercayai orang lain, depresi, dan kebingungan menilai realitas. Korban sering dirundung keraguan.³²

³¹ Yulistiani et al., “Menangkal Gaslighting Dalam Bentuk Intimidasi Dan Manipulasi Komunikasi,” 390.

³² Willis Benjamin Klein, Suzanne Wood, and Sherry Li, “A Qualitative Analysis of Gaslighting in Romantic Relationships” (University of Toronto, June 4, 2022), 12–24, <https://doi.org/10.31234/osf.io/cjrpq>.

Dalam konteks media sosial, *gaslighting* sering terjadi melalui penyajian informasi yang memutarbalikkan fakta, menyangkal peristiwa yang terjadi, atau menciptakan situasi yang membingungkan. Studi kasus tentang akun @Chikaciku di media sosial TikTok merupakan contoh bagaimana *gaslighting* dapat terjadi dalam ruang digital, termasuk media sosial seperti TikTok. Penelitian tentang *gaslighting* dalam konteks akun @Chikaciku di TikTok akan memberikan wawasan tentang bagaimana fenomena ini dapat terjadi dalam media sosial dan dampaknya terhadap komunikasi digital ke depannya. Penelitian ini akan menganalisis komentar pada video akun TikTok @Chikaciku yang bermuatan *gaslighting* dari para netizen. Seseorang yang melakukan *gaslighting* akan mengucapkan kata-kata negatif kepada korban mereka. *Gaslighter* bisa mengeluarkan kalimat-kalimat seperti:

- a. “Itu cuma bercanda”’: adalah bentuk kata *gaslighting* yang merendahkan atau mengecilkan perasaan korban. Dalam konteks *gaslighting*, pernyataan ini digunakan untuk mengabaikan atau meremehkan perasaan atau pengalaman orang lain, pelaku *gaslighting* berusaha meminimalkan dampak emosional yang dirasakan oleh korban, menganggap bahwa korban terlalu sensitif atau berlebihan dalam merespons, dengan tujuan membuat korban meragukan validitas atau keabsahan perasaan mereka.
- b. “Semuanya kesalahanmu”’: adalah bentuk kata *gaslighting* yang menyalahkan korban. Dalam konteks *gaslighting*, pernyataan ini bertujuan untuk mengalihkan tanggung jawab dan meragukan persepsi

korban dengan cara menyatakan bahwa segala sesuatu yang terjadi adalah akibat kesalahan korban, meskipun kenyataannya tidak selalu demikian.

- c. “Berhenti *insecure*”: adalah bentuk kata *gaslighting* yang meremehkan atau mengecilkan perasaan korban. Dalam konteks *gaslighting*, pernyataan seperti ini bertujuan untuk mengabaikan atau merendahkan perasaan korban dengan cara menyatakan bahwa perasaan mereka tidak sah atau berlebihan, sehingga membuat korban merasa cemas dan kurang percaya diri.
- d. “Kamu terlalu sensitif”: adalah bentuk kata *gaslighting* yang meremehkan perasaan atau menciptakan keraguan tentang realitas korban. Dalam *gaslighting*, pelaku sering menggunakan kalimat tersebut untuk mengurangi validitas perasaan atau reaksi korban, dan mencoba untuk membuat korban meragukan kenyataan mereka sendiri, sehingga korban mulai meragukan apakah reaksi korban terhadap situasi tertentu berlebihan atau salah.
- e. “Jangan berlebihan”: adalah bentuk kata *gaslighting* yang merendahkan perasaan atau reaksi orang lain yang mungkin sangat valid, sehingga orang tersebut merasa bahwa perasaannya tidak penting atau tidak sah.
- f. “Hanya lelucon” adalah bentuk kata *gaslighting* yang berusaha untuk membuat orang lain meragukan persepsi atau perasaan mereka sendiri, dan kalimat ini sering digunakan ketika seseorang mengungkapkan bahwa mereka merasa tersinggung, terluka, atau tidak nyaman dengan suatu pernyataan atau tindakan, dan orang lain merespons dengan

"hanya lelucon," itu bisa menjadi bentuk *gaslighting*. Kalimat ini berfungsi untuk meremehkan perasaan korban dan mengabaikan dampak dari kata-kata atau tindakan tersebut. Dengan mengatakan "hanya lelucon," pelaku mencoba untuk membatasi reaksi korban sebagai sesuatu yang tidak serius atau terlalu berlebihan.

- g. “Tidak benar”: adalah bentuk kata *gaslighting* yang menyangkal kenyataan atau mengubah persepsi seseorang, dengan tujuan membuat korban meragukan pengalaman atau perasaan mereka sendiri. *Gaslighting* adalah taktik manipulasi psikologis yang berusaha untuk mengaburkan kenyataan dan menanamkan keraguan dalam diri korban.
- h. “Jangan terlalu emosional” adalah bentuk kata *gaslighting* yang meremehkan perasaan" atau "mengalihkan perhatian". *Gaslighting* adalah taktik manipulasi psikologis yang berusaha untuk membuat seseorang meragukan persepsi, perasaan, atau kenyataannya. Kalimat ini bisa membuat korban merasa bahwa perasaan mereka tidak berharga atau tidak pantas untuk dihargai.
- i. “Jangan salahkan saya” adalah bentuk kata *gaslighting* yang mengalihkan tanggung jawab atau "membalikkan kesalahan". *Gaslighting* adalah taktik manipulasi psikologis di mana seseorang mencoba membuat orang lain meragukan kenyataan mereka, atau dalam hal ini, meragukan siapa yang sebenarnya bertanggung jawab dalam suatu situasi.
- j. “Kamu butuh pertolongan” adalah bentuk kata *gaslighting* yang meremehkan persepsi atau "mengalihkan fokus" dari masalah yang

sebenarnya. Terutama jika korban sedang mengungkapkan ketidaknyamanan, kekhawatiran, atau perasaan terluka. Kalimat ini bisa digunakan untuk memberi kesan bahwa korban tidak rasional atau tidak mampu menangani situasi mereka sendiri, bahkan jika perasaan korban sah dan valid. Hal ini dapat membuat korban meragukan kenyataan atau perasaan mereka sendiri.

- k. “Lupakan saja” adalah bentuk kata *gaslighting* yang mengabaikan perasaan atau meremehkan pengalaman korban. Jika seseorang mengungkapkan ketidaknyamanan atau masalah yang mereka alami, dan orang lain merespons dengan "lupakan saja," ini bisa menjadi bentuk *gaslighting* karena pelaku mencoba untuk menutup pembicaraan dan mengabaikan perasaan korban. Ini membuat korban merasa bahwa masalah atau perasaan mereka tidak penting atau tidak sah.
- l. “Mungkin kamu salah ingat dan sebagainya” adalah bentuk kata *gaslighting* yang membuat korban meragukan ingatan atau persepsi mereka. *Gaslighting* adalah bentuk manipulasi psikologis di mana seseorang berusaha membuat orang lain meragukan kenyataan atau pengalaman mereka. Kalimat ini dapat mengarah pada kebingungan dan rasa ragu dalam diri korban, karena mereka mulai berpikir apakah ingatan mereka benar atau tidak. Ini adalah ciri khas *gaslighting*, di mana pelaku manipulasi berusaha merusak keyakinan korban terhadap kenyataan mereka sendiri.

Pernyataan *gaslighter* cenderung manipulatif dan provokatif. Isi pesan sering kali mengandung kebohongan yang merugikan penerima, bahkan bisa saja berupa fitnah terhadapnya.³³

E. Media Sosial

Menurut Mc Luhan, media adalah alat komunikasi yang memiliki kekuatan untuk mengubah bahasa, budaya, dan pola komunikasi dengan ungkapan "*medium is the message*".³⁴ Sanjaya menjelaskan media sebagai penghubung antara penyedia informasi dan penerima informasi. Dengan cara lain, media mengantarkan informasi dari pengirim ke penerima. Media sosial ialah platform online yang memungkinkan individu untuk berhubungan, mencipta, mengunggah, Berkongsi, dan menerima pesan dan maklumat daripada individu lain.³⁵ Media sosial ialah satu platform dalam talian di mana individu boleh berinteraksi, membuat kandungan, mengunggah, berkongsi, serta menerima pesan dan data daripada pengguna lain.³⁶ Dalam pandangan Van Dijk yang dikutip oleh Nasrullah, media sosial adalah suatu platform komunikasi dimana pengguna mendapat peran pusat dan dapat berkolaborasi serta berpartisipasi.³⁷ Media sosial yang sering digunakan oleh banyak orang umumnya berupa media daring, dimana pengguna dapat dengan mudah terlibat, berbagi, dan membuat

³³ Indriati Yulistiani dan Arbania Fitriani, "*Menangkal gaslighting dalam bentuk intimidasi dan manipulasi komunikasi*" Volume 4 Nomor 5 Juni 2023, h 392

³⁴ Machyudin Agung Harahap, Susri Adeni, "*tren penggunaan media sosial selama pandemi di Indonesia*", Universitas Bengkulu, Jurnal Professional FIS UNIVED Vol.7 No.2 Desember 2020, h 13.

³⁵ A. Pujiono, "*Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z*" Didaché: Journal of Christian Education Vol. 2, No. 1 (2021): 1–19 e-ISSN: 2722-8584, h 3.

³⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h 11.

³⁷ Astari Clara Sari, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, Nurul Ainun, "*komunikasi dan media sosial*", Universitas Muslim Indonesia, 2018, h 5.

konten. Beberapa contoh media online antara lain blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya. Terdapat beberapa karakteristik media sosial, seperti:

- a. Jaringan, yang juga dikenal dengan nama "*network*", merupakan penghubung kabel antara komputer dan perangkat keras lainnya. Dikarenakan komputer yang terhubung dapat saling berkomunikasi, termasuk pertukaran data, koneksi ini penting.
- b. Informasi, yang juga dikenal dengan nama "*informations*", menjadi signifikan di media sosial karena pengguna menciptakan konten, berinteraksi, dan mengekspresikan identitas mereka.
- c. Arsip, yang juga dikenal dengan nama "*archiv*", untuk pengguna media sosial, arsip adalah informasi umum yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja.
- d. Interaksi, yang juga dikenal dengan nama "*interactivity*", media sosial diciptakan untuk memungkinkan pengguna berinteraksi satu sama lain melalui jaringan yang terbentuk.
- e. Simulasi sosial, yang dikenal juga dengan nama "*simulation of society*", media sosial menciptakan hubungan antara pengguna yang berkomunikasi satu sama lain melalui koneksi.
- f. Konten oleh pengguna, yang dikenal juga dengan nama "*user-generated content*". Segala isi konten di media sosial berasal dari kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC bekerja sama dengan tren media terkini untuk memberikan pengguna peluang untuk ikut

serta. Berbeda dengan media tradisional, di mana audiens hanya menjadi objek atau target yang pasif untuk menerima pesan.³⁸

Menurut Kietzman, media sosial memiliki tujuh fungsi: identitas terkait dengan gambaran identitas pengguna, seperti nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi, dan foto; percakapan tentang cara orang berkomunikasi di media sosial; serta pembagian dan penerimaan konten, seperti teks, gambar, dan video.

F. Akun Tik Tok @Chikaciku

Chandrika Chika Jusman tentu sudah tidak asing lagi di kalangan pengguna internet Indonesia, terutama bagi mereka yang aktif di media sosial. Nama Chandrika Chika mulai dikenal oleh publik setelah video TikTok-nya viral pada tahun 2020, saat Chika menari menggunakan lagu *Papi Chulo*. Sejak saat itu, namanya semakin dikenal dan Chika diundang sebagai bintang tamu dalam berbagai podcast serta acara televisi. Chandrika Chika juga pernah menjadi talenta di RANS Entertainment milik Raffi Ahmad dan Nagita Slavina. Selebritas Instagram yang memiliki 1,5 juta pengikut ini juga pernah menjalin hubungan dengan Thariq Halilintar. Cuplikan video yang dibagikan oleh Chandrika Chika ketika menari dengan lagu *Papi Chulo* menjadi awal mula kepopulerannya. Chandrika Chika dikenal sebagai selebritas Instagram yang sering tampil di acara televisi dan menerima tawaran promosi produk.

³⁸ Astari Clara Sari, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, Nurul Ainun, “komunikasi dan media sosial”, Universitas Muslim Indonesia, 2018, h 5-6.

Sebelum menjalin hubungan dengan Fuji dan Aaliyah Massaid, Thariq Halilintar pernah menjalin kasih dengan Chandrika Chika, yang hubungan mereka berlangsung sekitar tiga bulan. Setelah putus dari Thariq Halilintar, Chandrika Chika ramai dijodoh-jodohkan dengan Dimas Ahmad, salah satu talenta di RANS Entertainment yang viral karena memiliki kemiripan dengan Raffi Ahmad. Selain itu, Chandrika Chika juga sempat dikabarkan menjalin hubungan spesial dengan Rico Valentino. Pada tahun 2022, Chandrika Chika terlibat dalam kasus pengeroyokan di Jakarta Selatan yang juga melibatkan Putra Siregar dan Rico Valentino. Pengeroyokan tersebut dipicu oleh seorang teman wanita Rico Valentino, yang diduga adalah Chandrika Chika. Akibat insiden tersebut, Chandrika Chika turut diundang sebagai saksi.

Sebelum menjalin kasih dengan Fuji hingga Aaliyah Massaid, Thariq Halilintar pernah pacaran dengan Chandrika Chika yang mana hubungan mereka berlangsung sekitar 3 bulan lamanya. Usai putus dengan Thariq Halilintar, Chandrika Chika ramai dijodoh-jodohkan dengan Dimas Ahmad, salah satu talent di RANS Entertainment yang viral mirip dengan Raffi Ahmad. Selain itu, Chandrika Chika juga sempat disinyalir memiliki hubungan spesial dengan Rico Valentino. Pada 2022 lalu Chandrika Chika terseret dalam kasus pengeroyokan di Jakarta Selatan, yang juga melibatkan nama Putra Siregar dan Rico Valentino. Pada 2022 lalu Chandrika Chika terseret dalam kasus pengeroyokan di Jakarta Selatan, yang juga melibatkan nama Putra Siregar dan Rico Valentino. Pengeroyokan itu dipicu oleh seorang teman wanita Rico Valentino, yang digadang-gadang adalah

Chandrika Chika. Atas insiden tersebut, Chandrika Chika turut digaeet menjadi saksi.³⁹

³⁹<https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebri/profil-dan-fakta-menarik-chandrika-chika-dulu-viral-karena-tarian-papi-chulo-kini-tersandung-kasus-narkoba-1d1ad3.html>