

**REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF KELAS SOSIAL
MENENGAH DALAM AKUN INSTAGRAM JOUSKA
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

TUGAS AKHIR



SARAH PUSPITA FARIS

1171903009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2019

**REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF KELAS SOSIAL
MENENGAH DALAM AKUN INSTAGRAM JOUSKA
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**



SARAH PUSPITA FARIS

1171903009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Sarah Puspita Faris

NIM : 1171903009

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sarah Puspita Faris
NIM : 1171903009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Representasi Perilaku Konsumtif Kelas Sosial Menengah Dalam Akun Instagram Jouska (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari A., S.Sos, M.Si ()

Penguji 1 : Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D ()

Penguji 2 : Suharyanti, M.S.M ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dari itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ahmad Kemala Haris dan Riany Soehaeri, serta adik-adik penulis, Shania Puspa Aryani dan Shamira Rossa Aurelia, yang selalu memberikan motivasi dan dukungan baik secara moral maupun materiil kepada penulis, serta menjadi sumber semangat penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
3. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan arahnya selama penyusunan Tugas Akhir.
4. Eli Jamilah Mihadja, M.Si, Ph.D dan Suharyanti, M.S.M selaku Dewan Penguji dalam sidang Tugas Akhir yang telah memberikan saran dan arahan demi membuat Tugas Akhir ini menjadi lebih baik.
5. Para Dosen Kelas Karyawan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas ilmu yang telah diberikan.
6. Rekan-rekan Bank DKI Capem Abdul Muis, Rani Yulianti, Revi Tauriski, Aeda Aldeafara, Dinda Putri Utami, dll, yang senantiasa mendukung penulis selama penyusunan Tugas Akhir.
7. Inggar, Fika, Mauliza, Digna, Shofi, Aldy, Dicky, Ismy, dan Novi, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per

satu, yang memberikan semangat, hiburan, dan menjadi tempat penulis berkeluh kesah selama menyusun Tugas Akhir.

8. Teman-teman Kelas Karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi Batch 8 Universitas Bakrie, yang telah bersama-sama melewati masa perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat bagi orang-orang yang membacanya serta lebih jauh lagi untuk penelitian selanjutnya dan pengembangan ilmu yang terkait.

Jakarta, 19 Agustus 2019

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah Puspita Faris
NIM : 1171903009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Representasi Perilaku Konsumtif Kelas Sosial Menengah Dalam Akun Instagram Jouska (Analisis Semiotika Roland Barthes)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Agustus 2019

Yang Menyatakan



(Sarah Puspita Faris)

**REPRESENTASI PERILAKU KONSUMTIF KELAS SOSIAL
MENENGAH DALAM AKUN INSTAGRAM JOUSKA
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

Sarah Puspita Faris

ABSTRAK

Jouska merupakan perusahaan konsultan finansial yang menggunakan media sosial instagram sebagai salah satu media pemasarannya. Salah satu keunikan dari gaya berkomunikasi yang digunakan oleh Jouska yaitu dengan menggunakan teknik *story telling*, termasuk dalam konten bertema perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis simbol-simbol yang terdapat dalam akun Instagram Jouska yang membentuk representasi perilaku konsumtif kelas sosial menengah, dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana makna denotatif, konotatif, mitos, dan representasi perilaku konsumtif masyarakat kelas sosial menengah dalam akun instagram Jouska. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, dimana analisis ini mengurai makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terdapat dalam konten instagram Jouska yang bertema perilaku konsumtif. Temuan yang didapatkan merepresentasikan perilaku konsumtif kelas sosial menengah dengan kecantikan lebih utama dibandingkan dengan kondisi keuangan, mengutamakan kesenangan dan emosional saat berlibur menyebabkan pengeluaran uang yang boros, dan berbelanja dengan mengandalkan sisi emosional dan impulsif menyebabkan pengeluaran uang yang boros

Kata Kunci: Perilaku konsumtif, kelas sosial menengah, instagram, semiotika Roland Barthes

REPRESENTATION OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF MIDDLE SOCIAL CLASS AT JOUSKA INSTAGRAM ACCOUNT

(ROLAND BARTHES SEMIOTICS ANALYSIS)

Sarah Puspita Faris

ABSTRACT

Jouska is an financial adviser company that uses social media instagram as one of its marketing media. The uniqueness from communication style that Jouska uses is by using story telling technique, including consumptive behavior-themed contents. This study aimed to analyzing symbols that found in the Jouska's instagram that formed representations of consumptive behavior of middle social class, by using Roland Barthes Semiotics Theory. Formulations of the problem in this study is what is denotative meaning, connotative meaning, myth, and representation of consumptive behavior of middle social class in Jouska's instagram account. Research method that used in this study is qualitative with constructivist paradigm. Data analyzing technique done by using Roland Barthes Semiotics Analysis, which reveals the denotative meaning, connotative meaning, and myth that contained in Jouska's instagram consumptive behavior-themed contents. The result is consumptive behavior of middle social class represented by beauty is more important than financial condition, prioritizing pleasure and emotional while on vacation causes wasteful spending of money, and shopping by relying on the emotional and impulsive side causes spending wasteful money.

Keywords: Consumptive behavior, middle social class, instagram, Roland Barthes semiotics

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
2. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	11
2.2 Tinjauan Pustaka	25
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital	25
2.2.2 Perilaku Konsumtif	27
2.2.3 Kelas Sosial	28
2.2.4 Media Sosial: Instagram	30
2.2.5 Semiotika Roland Barthes	32
2.2.6 Representasi	33
2.3 Kerangka Pemikiran	34
3. METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Objek Penelitian	39
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Sumber Data	39
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	41
3.4.1 Definisi Konseptual	41
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	41
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	43
3.7 Keterbatasan Penelitian	43

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.2 Hasil Penelitian	47
4.3 Pembahasan	63
4.3.1 Makna Kecantikan Lebih Utama Dibandingkan Dengan Kondisi Keuangan	72
4.3.2 Makna Mengutamakan Kesenangan Dan Emosional Saat Berlibur Menyebabkan Pengeluaran Uang Yang Boros ...	73
4.3.3 Makna Berbelanja Dengan Mengandalkan Sisi Emosional Dan Impulsif Menyebabkan Pengeluaran Uang Yang Boros	74
4.3.4 Mitos Perilaku Konsumtif pada Kelas Sosial Menengah ...	76
4.3.5 Representasi Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelas Sosial Menengah dalam Akun Instagram Jouska	76
5. SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Akademik	80
5.2.2 Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram QM Finansial	4
Gambar 1.2 Instastory QM Finansial	4
Gambar 1.3 Instagram Neo Finaintel	5
Gambar 1.4 Instagram Finansialku	6
Gambar 1.5 Instastory Finansialku	6
Gambar 1.6 Instagram Jouska	7
Gambar 1.7 Konten Instagram Jouska	7
Gambar 1.8 Instastory Jouska	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	36
Gambar 3.1 Silogisme Piramida Duduk	42
Gambar 4.1 Logo Jouska	44
Gambar 4.2 Instagram Jouska	45
Gambar 4.3 Twitter Jouska	46
Gambar 4.4 Facebook Jouska	46
Gambar 4.5 Konten 1	48
Gambar 4.6 Konten 2	50
Gambar 4.7 Konten 3	52
Gambar 4.8 Konten 4	54
Gambar 4.9 Konten 5	56
Gambar 4.10 Konten 6	57
Gambar 4.11 Konten 7	59
Gambar 4.12 Konten 8	60
Gambar 4.13 Konten 9	62
Gambar 4.14 Konten 1	63
Gambar 4.15 Konten 7	64
Gambar 4.16 Konten 9	64
Gambar 4.17 Konten 2	65
Gambar 4.18 Konten 3	65
Gambar 4.19 Konten 8	65
Gambar 4.20 Konten 4	66
Gambar 4.21 Konten 5	66
Gambar 4.22 Konten 6	66
Gambar 4.23 Konten 1	67
Gambar 4.24 Konten 7	67
Gambar 4.25 Konten 9	68
Gambar 4.26 Konten 2	69
Gambar 4.27 Konten 3	69
Gambar 4.28 Konten 8	70
Gambar 4.29 Konten 4	70

Gambar 4.30 Konten 5	71
Gambar 4.31 Konten 6	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2 Perbedaan Komunikasi Pemasaran Tradisional dan Internet	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	42
Tabel 4.1 Peta Tanda Roland Barthes	47
Tabel 4.2 Konten 1	49
Tabel 4.3 Konten 2	51
Tabel 4.4 Konten 3	53
Tabel 4.5 Konten 4	55
Tabel 4.6 Konten 5	57
Tabel 4.7 Konten 6	58
Tabel 4.8 Konten 7	60
Tabel 4.9 Konten 8	61
Tabel 4.10 Konten 9	63
Tabel 4.11 Tema: Kecantikan	64
Tabel 4.12 Tema: Liburan	65
Tabel 4.13 Tema: Belanja	66
Tabel 4.14 Analisis Denotasi, Konotasi, Mitos	68