

ANALISIS KOMUNIKASI BISNIS MEYDEN DI MEDIA SOSIAL: STUDI SEMIOTIKA KONTEN VULGAR

Muhammad Ikhsan

muhammadikhsan@iainlhokseumawe.ac.id

IAIN Lhokseumawe

Absract:

“Analisis Komunikasi Bisnis Meyden Di Media Sosial (Studi Terhadap Semiotika Konten Vulgar Meyden Di Tiktok). Rumusan masalah dalam penelitian ini: 1) bagaimana komunikasi bisnis Meyden di media sosial TikTok, 2) bagaimana Analisis Semiotika konten vulgar Meyden dalam bentuk bahasa kasar dan tidak sopan di TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui bagaimana komunikasi bisnis Meyden di media sosial TikTok, 2) untuk mengetahui bagaimana Analisis Semiotika konten vulgar Meyden dalam bentuk bahasa kasar dan tidak sopan di TikTok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Penelitian ini menggunakan teori semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand De Saussure dengan konsep penanda dan petanda. Temuan penelitian ini, Meyden melakukan komunikasi bisnis di media sosial TikTok dengan menggunakan bahasa kasar dan tidak sopan sehingga terlihat vulgar dalam proses komunikasinya dengan beberapa konteks yaitu, keadaan seperti kata bangsat, hewan atau binatang seperti kata anjing dan bagian tubuh seperti kata kontrol. Meyden juga melakukan komunikasi bisnisnya dengan menggunakan personal branding seperti dari segi keahliannya dalam menggunakan fitur dan lagu booming di tiktok, pakaian yang digunakan, tingkahnya yang menghibur dan lucu, kepribadiannya yang berani dan heboh, sehingga hal tersebut dapat membentuk persepsi pengikut terhadap dirinya. penelitian ini menggunakan metode semiotika Ferdinand de Saussure dengan konsep penanda dan pertanda dalam memaknai beberapa bentuk bahasa kasar dan tidak sopan Meyden dalam komunikasi bisnisnya di TikTok. Penulis juga menemukan bahwa tanda merupakan bagian dari kehidupan sosial sehingga dapat memengaruhi cara pandang seseorang terhadap lingkungannya. Kemudian bahwa adanya relevansi antara komunikasi bisnis dengan analisis semiotika.

Kata kunci: Komunikasi Bisnis, Meyden , TikTok, Semiotika, Konten Vulgar.

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi bisnis terdiri dari komunikasi dan bisnis. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang terjadi antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu.¹ Adapun bisnis adalah kegiatan yang dilakukan untuk mencari laba melalui penyediaan produk.² Komunikasi bisnis adalah proses interaksi antara individu atau kelompok dalam ruang bisnis dimana mereka saling bertukar ide dan berbagi informasi seputar dunia pembisnis. Demi mencapai kehidupan yang sejahtera, manusia melakukan berbagai usaha, salah satunya adalah bisnis. Melalui bisnis, terjalin hubungan saling menguntungkan (simbiosis) yang memungkinkan kelangsungan hidup dan pemenuhan kebutuhan manusia lainnya. Bagi seorang pebisnis, komunikasi merupakan kunci utama dalam menjalankan bisnisnya. Keahlian yang dimiliki tidak akan berarti tanpa dikomunikasikan dengan baik kepada publik. Melalui komunikasi, informasi tentang produk dan bisnis pada sebuah perusahaan atau organisasi dapat tersampaikan dan dipahami oleh orang lain..³

Interaksi dan penyampaian informasi antar individu merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau informasi dari seseorang kepada orang lain, dengan tujuan agar pesan tersebut dapat dipahami dengan baik oleh penerima. Dalam berkomunikasi, berbagai media dapat digunakan, baik media non-elektronik seperti tatap muka dan tulisan, maupun media elektronik seperti telepon dan internet.

Seiring dengan perkembangan zaman dan ilmu pengetahuan. Kemajuan ini bagaikan anugerah yang memanjakan kita dengan berbagai kemudahan. Di balik kecanggihannya, teknologi diciptakan untuk membantu aktivitas manusia dan diharapkan membawa manfaat positif bagi kehidupan. Sekarang, teknologi telah menjelma menjadi kebutuhan

¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat* (Depok: PT Raja Grafindo, 2019), h. 17.

² Francis Tantri, *Pegantar Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 4.

³Enika Sari, "Komunikasi Bisnis Melalui Media Sosial Studi Kasus Pada Akun Instagram @KambingQurban_Aqiqah" (Univesitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021), h. 3.

pokok yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Salah satu contohnya adalah kemunculan internet yang membuka gerbang informasi seluas-luasnya bagi masyarakat. Hal ini melahirkan istilah “new media” atau media baru, yang merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.⁴ Media baru ini adalah sebuah ungkapan yang digunakan untuk menjelaskan berbagai teknologi komunikasi yang memanfaatkan digitalisasi dan internet untuk digunakan oleh masyarakat.⁵

Berbicara media sosial, saat ini banyak konten kreator yang menampilkan berbagai macam konten melalui vlog, podcast maupun video yang dengan mudah diakses oleh masyarakat. Meyden, seorang selebgram dan pebisnis muda asal Indonesia, telah menarik perhatian publik dengan kontennya di media sosial, khususnya TikTok. Dia memanfaatkan TikTok sebagai ajang untuk berbisnis, meluapkan segalanya dengan menggunakan kata-kata kasar dan tidak sopan, ataupun berkomunikasi dengan bahasa-bahasa yang terdengar asing, bahkan memiliki tanda tersendiri dalam cara penyampaianya. Sehingga, banyak viewers yang menyaksikan konten live nya karena bahasa yang dilontarkan saat melakukan proses berbisnis di media sosial TikTok. Viewers adalah penonton, maksudnya adalah orang yang menonton atau menyaksikan konten-konten media sosial anda.

Meyden sebagai salah satu konten kreator yang menjadi latar belakang dari penelitian ini, dimana konten kreator tersebut menempatkan konten-konten vulgar dalam proses komunikasinya di media sosial TikTok saat melakukan konten live berjualan dengan menggunakan bahasa kasar dan tidak sopan. Konten vulgar adalah segala bentuk tayangan yang menyimpang atau tidak sesuai dengan kode etik yang telah ditetapkan dalam bermedia. Konten vulgar tentunya bisa dari berbagai macam bentuk, bisa dari kata-kata yang menyimpang atau dari

⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Rosdakarya, 2008), h. 70.

⁵ Dharlinda Suri, “Pemanfaatan Media Komunikasi Dan Informasi Dalam Perwujudan Pembangunan Nasional,” *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 17, no. 2 (2019), h. 2.

tindakan dalam berperilaku. Vulgar merupakan suatu tindakan tidak sopan dan kasar. Vulgar adalah perilaku, perkataan dan tindakan yang tidak pantas serta tidak sesuai dengan norma dan nilai-nilai yang berlaku. Dalam hal ini dapat penulis katakan bahwa konten vulgar yang dimaksud dalam penelitian ini mengarah kepada bahasa vulgar, bahasa yang dalam penggunaannya bersifat kasar dan tidak sopan.

Bahasa kasar dan tidak sopan adalah ungkapan yang bertujuan untuk menyinggung, menghina, atau merendahkan orang lain. Hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan kata-kata makian, umpatan, penghinaan, atau dengan nada suara, ekspresi wajah, dan gestur tubuh yang tidak sopan. Bahasa ini yang pada umumnya dianggap tidaklah pantas untuk digunakan karna dapat menimbulkan berbagai macam efek yang tidak baik bagi pengguna maupun penerima.⁶

Penelitian ini tentunya berasal dari kegelisahan penulis sendiri terhadap Meyden sebagai salah satu Konten creator dengan berjuta-juta followers yang menggunakan TikTok sebagai tempat dalam proses berbisnis, namun kerap sekali penulis jumpai dalam konten yang ditampilkannya saat melakukan live streaming dengan berjualan, dia tidak segan dalam menggunakan bahasa kasar dan tidak sopan sehingga dapat merusak karakteristik generasi bangsa terhadap penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

B. Landasan Teori

1. Komunikasi bisnis

Istilah “*communication*” dalam bahasa Inggris memiliki makna yang mendalam dan multidimensi. Akar katanya, “*communis*” dalam bahasa Latin, mengandung makna “sama”. Makna ini kemudian berkembang menjadi kata kerja “*communicare*”, yang berarti

⁶ Pastika, “Bahasa Pijin Dan Bahasa Kasar Dalam Acara TV Indonesia,” *Jurnal e-Utama*, Jilid1 (2008), h. 5–6.

menyebarkan atau memberitahukan informasi kepada orang lain dengan tujuan mencapai pemahaman yang sama.⁷

Komunikasi bisnis adalah perpaduan dua kata, “komunikasi” dan “bisnis” yang merupakan elemen fundamental dalam dunia perdagangan. Komunikasi menjadi kebutuhan dasar manusia yang berperan penting dalam menghubungkan individu dari berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ranah bisnis, baik di rumah tangga, tempat kerja, pasar, maupun lingkungan sosial. Tak ada manusia yang luput dari interaksi dan komunikasi. Pengertian bisnis sendiri menurut Lawrence D. Brennan adalah “*a dynamic structure of interchanging ideas, feeling and cooperative effortstoget profit*”, suatu struktur dinamis pertukaran ide, perasaan dan usaha kerjasama untuk mendapatkan keuntungan.⁸

Menurut pakar komunikasi Carl I. Hovland yang dikutip dalam buku Dedy Mulyana, Komunikasi adalah proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan informasi (lambang verbal) kepada orang lain (komunikan) dengan tujuan untuk memengaruhi perilakunya. Adapun menurut Harold Laswell yang mengatakan bahwa “cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan (*who says what and which channel? To who? With what effect?*) atau siapa yang mengatakan, apa yang dikatakan, dengan saluran apa, kepada siapa, dan pengaruhnya bagaimana”.⁹ Sedangkan Bisnis adalah upaya yang dilakukan individu atau organisasi untuk memperoleh keuntungan dengan cara menyediakan produk atau jasa yang dibutuhkan masyarakat.¹⁰

2. profil Meyden

Meyden, yang memiliki nama asli Melinda Rohita, merupakan seorang pro player Mobile Legends ternama di Indonesia. Ia

⁷ Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: CV. Andi Officer, 2005), h. 153.

⁸ Soeganda Priyanta dan Elvinaro Ardianto, *Tujuh Pilar Komunikasi Bisnis* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), h. 24-25.

⁹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 68-69.

¹⁰ Francis Tantri, , loc. cit.

bergabung dengan tim Esport Bigetron ERA dan menunjukkan performa gemilang dalam berbagai turnamen. Di luar dunia Esport, Meyden juga aktif sebagai selebgram, TikToker, dan live-streamer, sehingga memiliki banyak pengikut di media sosial. Lahir di Indonesia pada tanggal 29 Juni 2000, Meyden telah menjadi salah satu figur inspiratif bagi para gamer dan generasi muda.¹¹ BTR Meyden merupakan anak kedua dari tiga bersaudara yang berasal dari keluarga broken home dengan memulai karir di dunia game Mobile Legends di usia 19 tahun.

Meyden juga aktif sebagai influencer di media sosial, terutama di Instagram dan TikTok. Ia memiliki banyak pengikut yang mengagumi keahliannya bermain MLBB dan kepribadiannya yang ceria. Meyden juga sering melakukan live streaming di platform Nimo TV, di mana ia berinteraksi dengan para penggemarnya.

3. Media Sosial

Istilah "media sosial" berasal dari gabungan dua kata, yaitu "media" dan "sosial". Kata "media" merujuk pada alat komunikasi, sedangkan "sosial" menunjukkan bahwa setiap individu dalam media sosial terlibat dalam tindakan yang diharapkan bermanfaat bagi masyarakat. Hal ini menegaskan bahwa media sosial dan perangkat lunaknya bukan hanya alat komunikasi biasa, melainkan hasil dari proses sosial yang melibatkan interaksi dan kontribusi para penggunanya. Media sosial, dengan fungsinya sebagai wadah komunikasi dan kontribusi, mencerminkan realitas sosial di mana setiap individu dapat berkontribusi dan terhubung dengan orang lain.¹²

Media sosial merupakan platform online yang memfasilitasi interaksi sosial antar penggunanya. Berbasis teknologi web, media sosial mengubah komunikasi menjadi percakapan interaktif,

¹¹ Rakli Almughni, "Melinda Rohita", *Tribunnews.Com*, <<https://www.tribunnewswiki.com/2022/08/10/melinda-rohita>>, Diakses tanggal 10 Agustus 2023.

¹² Mulawarman, "Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Impilkasinya Ditinjau Perspektif Psikologi Sosial Terapan," *Buletin Psikologi* 25, no. 1 (2017), h. 23.

memungkinkan penggunaannya untuk saling terhubung dan berbagi informasi. Berbagai platform media sosial populer saat ini seperti WhatsApp, TikTok, BBM, Facebook, Youtube, Twitter, Wikipedia, dan Blog menjadi bukti nyata kemudahan akses dan partisipasi penggunaannya. Menurut Antony Mayfield, media sosial merupakan wadah bagi penggunaannya untuk terlibat aktif, berbagi dan menciptakan pesan dalam berbagai bentuk, termasuk blog, jejaring sosial, ensiklopedia online, forum diskusi, dan dunia virtual.¹³

Media sosial membuka gerbang bagi penggunaannya untuk saling terhubung dan berbagi ide, konten, pemikiran, serta membangun hubungan secara online. Platform ini memungkinkan siapa pun, di mana pun, untuk membuat, mengomentari, dan berkontribusi pada konten media sosial dalam berbagai format, seperti teks, audio, dan video. Kehadiran media sosial merupakan buah dari kemajuan teknologi yang memberikan kemudahan bagi penggunaannya dalam berbagai aspek kehidupan, seperti akses informasi, sarana untuk mengekspresikan diri, serta membuka peluang manfaat sosial dan ekonomi.¹⁴

4. Semeotika

Kata "semiotika" berasal dari bahasa Inggris "*semiotics*" dan memiliki sinonim "*semiology*". Kedua istilah ini merujuk pada ilmu tentang tanda. Akar kata "semiotika" dan "*semiology*" berasal dari bahasa Yunani "*semeion*" yang berarti "tanda". Secara terminologis, semiotika didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari berbagai objek, peristiwa, dan seluruh aspek kebudayaan sebagai tanda.¹⁵

Umberto Eco, seorang pakar semiotika terkemuka, mendefinisikan semiotika sebagai ilmu yang mempelajari segala

¹³ Fahlepi Roma Doni, 'Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja', *Journal On Softwer Engineering*, 3, no.2 (2017), h. 4.

¹⁴ Praseto. K Tresnawati. Y, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bisnis Kuliner," *Jurnal Of New Media and Communication* 1, no. 1 (2022), h. 43-57.

¹⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks: Suatu Pengantar Untuk Analisis Ssemiotika Dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h. 140.

sesuatu yang dapat dianggap sebagai tanda. Cakupan semiotika tidak terbatas pada tanda-tanda yang biasa kita jumpai dalam percakapan sehari-hari, tetapi mencakup pula segala hal yang merepresentasikan sesuatu yang lain. Bagi para semiotika, tanda dapat berupa kata, gambar, suara, gerak tubuh, dan bahkan objek. Para ahli semiotika kontemporer tidak hanya mempelajari tanda secara terpisah, tetapi juga meneliti bagaimana tanda-tanda tersebut terhubung dan membentuk sistem semiotik yang kompleks, seperti sistem tanda dalam media massa atau genre tertentu.¹⁶

Banyak para tokoh yang mengetahui bidang semiotika, berikut beberapa makna semiotika menurut para ahli:¹⁷

- a. **Ferdinand De Saussure**, Dalam sejarah panjang semiotika, dua nama besar muncul sebagai pelopor pemikiran modern: Charles Sanders Peirce dan Ferdinand de Saussure. Peirce, seorang ahli filsafat dan logika, dan Saussure, seorang ahli linguistik, telah meletakkan fondasi bagi pemahaman kita tentang tanda dan makna. Saussure, melalui dikotominya yang terkenal antara "*signified*" (yang ditandai) dan "*signifier*" (penanda), membuka jalan bagi pemahaman sistematis tentang tanda. Dia menunjukkan bahwa makna tercipta dari hubungan antara dua elemen ini, bukan dari sifat inheren tanda itu sendiri. Bagi Saussure, bahasa bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga sistem tanda yang terstruktur dengan kompleks. Pemahamannya tentang bahasa sebagai sistem tanda membantu membuka jalan bagi studi semiotika modern.¹⁸ Menurut Saussure, bahasa adalah alat komunikasi terpenting dalam kehidupan manusia. Inti dari pemikiran Saussure mengenai tanda ialah pada perbedaan antara "penanda" (*signifier*) dan "yang ditandai" (*signified*).

¹⁶ Daniel Chandler, *Semiotics the Basics*, Cet II. (Prancis: Taylor&Francis e-Library, 2007), h. 2.

¹⁷ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Cet III. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), h. 39-62.

¹⁸ Evi Rosfiantika dkk, "Representasi Yogyakarta Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2," *Jurnal ProTVF* 1, no. 1 (2017), h. 47-60.

Penanda diartikan sebagai bunyi atau pola bahasa yang mengandung makna. Keberadaan penanda terletak pada apa yang dikatakan atau didengar serta pada apa yang ditulis atau dibaca. Sementara itu, “yang ditandai” merupakan sesuatu yang mewakili kondisi kejiwaan, pikiran atau konsep.¹⁹

- b. Roland Barthes**, Dalam perjalanan semiotika, nama Roland Barthes (1915-1980) tidak boleh dilewatkan. Pakar semiotika ini membawa semiotika dari lingkup strukturalisme yang kaku menuju semiotika teks yang kaya makna. Barthes memperkenalkan konsep konotasi dan denotasi sebagai kunci dalam analisisnya. Denotasi merujuk pada makna dasar dan langsung dari sebuah tanda, sedangkan konotasi menyelami makna yang lebih dalam dan kompleks, penuh dengan nilai dan ideologi.²⁰

C. Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yang bersifat kualitatif. Menurut Moleong penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Menurutnya penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.²¹

Pendekatan deskriptif kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam daripada kuantifikasi data. Dalam metode ini, data yang diperoleh, baik berupa kata-kata, gambar, ataupun perilaku, tidak dianalisis dengan statistik atau angka, melainkan diinterpretasikan dan digambarkan dalam bentuk narasi. Narasi ini bertujuan untuk memberikan paparan dan deskripsi yang kaya mengenai situasi, kondisi,

¹⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 46-47.

²⁰ Roland Barthes, *Elemen-Elemen Semiotika*, Cet I. (Yogyakarta: Jalasutra, 2012), h. 91-92

²¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007). h. 11.

dan pengalaman yang diperoleh peneliti selama penelitian.²² Melalui metode kualitatif ini, penulis menjadikan semiotika sebagai teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik analisis isi kualitatif yang menganalisis tanda baik verbal maupun non verbal.

Penelitian ini dilakukan pada aplikasi media sosial TikTok dalam konten live streaming Meyden. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa ucapan atau tulisan yang bersumber dari objek yang diamati. Dalam penggunaan data kualitatif terutama dalam penelitian informasi data tersebut tidak dapat diwujudkan dalam bentuk angka-angka melainkan dalam bentuk kata-kata penjelasan.

1. Lokasi Penelitian

- 1) Lokasi penelitian bersifat fleksibel artinya tidak ada lokasi yang pasti untuk melakukan penelitian. Penelitian bisa dilakukan dimana saja dikarenakan objek analisisnya berupa konten-konten yang dapat diakses kapan pun dan dimana pun.
- 2) Waktu penelitian dimulai dari bulan Desember 2023 hingga selesai.

2. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua:

1. Primer (sumber data utama). Data primer dalam penelitian ini adalah setiap kalimat dan perilaku yang mampu mengindikasikan komunikasi bisnis Meyden di media sosial TikTok yang dibalut dengan konten vulgar yang mengarah kepada bahasa kasar dan tidak sopan. Jumlah konten yang menjadi sumber data sebanyak 12 konten live streaming Meyden di Tiktok.
2. Data Sekunder (data tambahan atau pendukung penelitian). Data Ini dapat berasal dari berbagai artikel atau situs dari internet yang memuat pembahasan terkait dengan objek penelitian.

²² S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Cet 2. (Jakarta: Reneka Cipta, 2003). h. 39.

3. Alat Pengumpul Data

Data pendekatan kualitatif, peneliti dilihat sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data. Peneliti berperan sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis data dan penanggung jawab hasil penelitian. Alat pengumpul lainnya adalah Buku, jurnal yang terkait, kuota untuk akses media google dan konten live streaming Meyden di media sosial TikTok, serta alat tulis.

4. Unit Analisis

Unit analisis merupakan elemen penting yang menentukan fokus dan arah penelitian. Unit analisis ini merujuk pada satuan yang diteliti, baik itu benda, individu, ataupun kelompok, yang menjadi subjek penelitian. Penetapan unit analisis yang tepat menjadi acuan dalam merumuskan pertanyaan penelitian, metode pengumpulan data, dan analisis data.

Dalam penelitian ini, unit analisis yang digunakan adalah konten vulgar. Konten vulgar disini adalah suatu hal yang mengacu kearah bahasa yang kasar dan tidak sopan di media sosial TikTok pada akun Meyden.

5. Teknik Pengolahan Data

Adapun teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini sejalan dengan jenis pendekatan kualitatif, antara lain:

1. Observasi, yaitu kegiatan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menonton konten-konten Meyden di media sosial TikTok. Kemudian peneliti melakukan identifikasi, pencatatan, dan pengelompokan terhadap adanya bahasa-bahasa vulgar dalam melakukan proses jual beli yang muncul dari dialog pemilik konten. Serta bagaimana Meyden berkomunikasi di live streaming TikTok.
2. Dokumentasi, yaitu kegiatan pengumpulan data yang biasanya berbentuk tulisan, gambar, patung, film dan lainnya. Dokumentasi yang dikumpulkan berupa dialog-dialog yang terdapat dalam

konten-konten tersebut serta beberapa artikel atau situs dari internet yang memuat pembahasan terkait objek penelitian.

D. Hasil Penelitian

1. Komunikasi Bisnis Meyden di Media Sosial TikTok

Melinda Rohita atau Meyden sebenarnya tidak hanya aktif di aplikasi TikTok saja, melainkan dia juga kerap aktif dan melakukan berbagai macam kegiatan termasuk berbisnis di Instagram dengan akun (@btr_meyden) dan juga YouTube dengan nama (Mey Meyden), namun penelitian yang ingin peneliti kaji disini adalah komunikasi bisnis Meyden di media sosial TikTok, melihat TikTok menjadi salah satu media baru yang sangat populer akhir-akhir ini.

Dari beberapa contoh yang telah penulis jabarkan diatas terkait komunikasi Meyden dengan menggunakan bahasa kasar dan tidak sopan saat melakukan proses berbisnis di TikTok. Meyden juga menggunakan personal branding sebagai bentuk lain daripada komunikasi bisnisnya di media TikTok saat live streaming guna membangun persepsi pengikut terhadap dirinya.

a. keahlian tertentu (*specialis*)

Personal branding dapat dibentuk dengan mengembangkan keahlian dan ciri khas yang membedakan individu dari orang lain. Dalam penelitian ini, Meyden membangun personal branding nya dengan cara menggunakan beberapa lagu-lagu yang sedang booming di media sosial pada saat live TikTok, ditambah dengan tingkah lucunya yang menampilkan mimik wajahnya dengan menggunakan filter dan fitur lain yang tersedia di TikTok.

b. Kepribadian (*Personality*)

Personal branding bukan hanya tentang menampilkan sisi positif, tapi juga mewakili diri individu secara utuh, termasuk kelebihan dan kekurangannya. Hal ini terlihat pada Meyden. Perempuan ini dikenal sebagai individu yang cerdas, berani, dan pekerja keras. Namun, dalam beberapa momen, dia menunjukkan sisi lain dari kepribadiannya. Misalnya, dengan kata-kata kasar saat live TikTok ketika seperti saat Meyden menanggapi komentar

tentang dirinya yang melakukan endorsement dengan selipan kata kasar.

2. Analisis semiotika dalam mengkaji tanda

Semiotika adalah ilmu atau metode analisis yang menyelidiki dunia melalui tanda-tanda. Tanda-tanda ini bagaikan kompas yang membantu manusia menavigasi dunia, berinteraksi dengan sesamanya, dan membangun pemahaman tentang realitas. Semiotika pada hakikatnya ingin memahami bagaimana manusia memaknai dunia di sekitarnya. Makna di sini bukan sekadar komunikasi, tetapi lebih dalam: bagaimana objek-objek tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk sistem makna yang terstruktur. Studi semiotika meneliti tanda dan segala aspeknya: cara kerjanya, hubungannya dengan tanda lain, proses penyampaian dan penerimaan makna oleh pengguna tanda. Semiotika mempelajari sistem, aturan, dan konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut memiliki makna.²³

Analisis semiotik berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Karena sistem tanda sifatnya amat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure yang mengkaji suatu tanda. Menurut Saussure, tanda terbuat atau terdiri dari bunyi-bunyi dan gambar petanda (*signifier*), jadi petanda adalah material dari apa yang didengar dan apa yang dikatakan serta yang dibaca atau ditulis. Sedangkan konsep-konsep atau makna dari bunyi-bunyian dan gambar disebut (*signified*).

Setiap karya baik tertulis maupun tidak tertulis, seperti konten-konten yang ada di media sosial pastinya memiliki pesan tersendiri. Begitu juga dengan Meyden sebagai salah satu Konten kreator di TikTok yang hadir dalam setiap Konten live nya, kemudian pesan-pesan

²³ Bambang Mudjiyanto & Emilsyah Nur, "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi," *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa-PEKOMNAS* 16, no. 1 (2013), h. 74.

yang ada dalam live tersebut di analisis berdasarkan tanda-tanda yang bermunculan. Pada bagian ini akan penulis uraikan bagaimana komunikasi yang tergambar dalam bentuk bahasa, dan pesan lisan yang didasari dari susunan konten live Meyden dalam bentuk bahasa kasar dan tidak sopan sehingga menjadikan sebuah konten yang vulgar. Dari screenshot gambar tersebut diartikan berdasarkan analisis semiotika yang penulis tentukan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rahma Zainudin. *Sejarah Sosial Media Dari Gutenberg Sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006.
- Abdul Chaer. *Psikolinguistik Kajian Teoritik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Ade Rosdiana, Nurnazmi. "Dampak Aplikasi TikTok Dalam Proses Sosial Dikalangan Remaja Kelurahan Rabadompu Timur Kecamatan Raba Kota Bima." *Jurnal Pendidikan Sosiaologi* Vol 4, no. No 1 (2021)
- Alex Sobur. *Analisis Teks: Suatu Pengantar Untuk Analisis Ssemiotika Dan Analisis Framing*. Bandung: PT Rosdakarya, 2006.
- Armylia Malimbe dkk. "Dampak Penggunaan Aplikasi Online TikTok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado." *Jurnal Ilmiah Society* 1, no. 1 (2021)
- Badar Sabawana Arga Dayu&Muhammad Rifal Syadli. "Memahami Konsep Semiotika Ferinan De Saussure Dalam Komunkasi." *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2023)
- Bambang Mudjiyanto & Emilsyah Nur. "Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi." *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa-PEKOMNAS* 16, no. 1 (2013)
- Dharlinda Suri. "Pemanfaatan Media Komunikasi Dan Informasi Dalam Perwujudan Pembangunan Nasional." *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 17, no. 2 (2019)
- Dwi Putri Robiotul Adawiyah. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Semarang." *Jurnal*

Komunikasi 14, no. 2 (2020).

Enika Sari. "Komunikasi Bisnis Melalui Media Sosial Studi Kasus Pada Akun Instagram @KambingQurban_Aqiqah." Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.

Evi Rosfiantika, Dkk. "Representasi Yogyakarta Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2." *Jurnal ProTVF* Vol 1, no. No 1 (2017).

Fahlepi Roma Doni. "Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja." *Journal On Softwer Engineering* 3, no. 2 (2017).

Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat*. Depok: PT Raja Grafindo, 2019.

Irwilda Mahliza, Ali husein, Tony Gunawan. "Analisis Strategi Pemasaran Online." *Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 3 (2020).

J. Floch. *Semiotika, Pemasaran Dan Komunikasi*. London: Palgrave MacMillan, 2001.

Jalaluddin Rakhmat. *Metodologi Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistic*. 15th ed. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.

Kriyantono. *Teknik Praktek Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana PrenadaMedia, 2006.

Laily Indrianingsih. "Analisis Konten Negatif Di Platform Youtube Di Indonesia". *Journal of Law and Sosial Political Governance* Vol 2, no. No 3 (2022).

Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.

Luluk Farida dan Sholihatul Atik Hikmawati. "Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen IAIN Sunan Kalijaga Malang." *Jurnal Komunikasi dan Prnyiaran Islam* 2, no. 1 (2021).

Mulawarman. "Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Impilkasinya Ditinjau Perspetif Psikologi Sosial Terapan." *Buletin Psikologi* 25, no. 1 (2017).

Nanda Eka Pertiwi. "Biodata Dan Agama BTR Meyden." *Mengerti.Id*.

<https://www.mengerti.id/sosok/pr-6645552458/biodata-dan-agama-btr-meyden-profil-tiktoker-prik-yang-viral-di-sosial-media-karena-hampir-jual-keperawanan?page=2>. Diakses pada tanggal 11 November 2023.

Odin Rosidin. "Kajian Bentuk, Kategori, Dan Sumber Makian, Serta Alasan Penggunaan Oleh Mahasiswa." Universitas Indonesia, 2010.

Onong Uchana Effendy. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993.

Pastika. "Bahasa Pijin Dan Bahasa Kasar Dalam Acara TV Indonesia." *Jurnal e-Utama*, no. Jilid1 (2008).

Rizal Dj. Kasim dkk. "Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure Terhadap Nilai-Nilai Dakwah Pada Film Nusa Dan Rara." *Jurnal Komunikasi: Media Komunikasi dan Dakwah* 12, no. 2 (2022)

Roland Barthes. *Elemen-Elemen Semiologi*. Cet I. Yogyakarta: Jalasutra, 2012.

Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.

Sutrisna Dewi. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

Thaib, Erwin Jusuf. *Problematisa Dakwah Di Media Sosial*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021.

Wursanto. *Dasar-Dasar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Officer, 2005.

Yelli Agesti. *Pengaruh Konten Video Dance K-Pop Di Youtube Terhadap Komunitas Cover Dance Di Bandar Lampung Untuk Melakukan Cover Dance K-Pop Semarang*. Universitas Lampung, 2018.

Yohana Noni Bulele. "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial Studi Kasus Tiktok." Universitas Internasional Batam, 2020.

Yusti Amelia Sundawa, WulanTrigartanti. "Fenomena Kreator Konten Di Era Digital." *Prosiding Hubungan Masyarakat Vol 4*, no. No 2 (2018).

Zein Adin&Intania Hafni Yunita Izzati. "Dasar-Dasar Komunikasi Bisnis." *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi* 3, no. 1 (2021)

“13 Fitur TikTok Terbaru Yang Wajib Di Coba.” *Cakaplah.Com*. 1BC.
<https://www.cakaplah.com/artikel/teknodansains/13619/2023/10/11/13-fitur-tiktok-terbaru-yang-wajib-dicoba#sthash.oq9lpYSn.dpbs>. Diakses pada tanggal 14 Mei 2024.