



Judul Skripsi :

REPRESENTASI KEKUATAN *INFLUENCER* DALAM SERIAL DRAMA “CELEBRITY” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Muhammad Surya Alkhuwarizmi

NIM : 2010411122



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Muhammad Surya Alkhuwarizmi

NIM : 2010411122

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilama di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Surya Alkhuwarizmi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Surya Alkhuwarizmi

NIM : 2010411122

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**REPRESENTASI KEKUATAN *INFLUENCER* DALAM SERIAL DRAMA
“CELEBRITY” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 Juni 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Surya Alkhuwarizmi

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Surya Alkhuwarizmi
NIM : 2010411122
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : **REPRESENTASI KEKUATAN *INFLUENCER* DALAM SERIAL DRAMA “CELEBRITY” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Ratu Nadya W., S.I.Kom,MM

Penguji 1



Vina Mahdalena, M.Si.

Penguji 2



Puri Bestari Mardani, S.Hum.,M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 20 Juni 2024

REPRESENTASI KEKUATAN *INFLUENCER* DALAM SERIAL DRAMA “CELEBRITY” (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)

MUHAMMAD SURYA ALKHUWARIZMI

ABSTRAK

Serial drama asal korea selatan berjudul “Celebrity” mengangkat fenomena *influencer* dalam alur ceritanya, yang mana saat ini *influencer* menjadi tren di media sosial. Banyak masyarakat yang berusaha untuk menjadi *influencer* dan kehadiran *influencer* juga dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk memasarkan produk mereka. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi tanda-tanda dalam drama tersebut yang mewakili representasi kekuatan *influencer*, sehingga didapati pemahaman makna mendalam terkait kekuatan *influencer* dalam drama “Celebrity”. Pada serial drama “Celebrity” terdapat adegan-adegan yang mengandung makna terkait representasi kekuatan *Influencer* yang nantinya akan dianalisis menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce. Yaitu dengan model segitiga makna yang terdiri dari tiga elemen utama yaitu sign, object dan interpretant. Metode penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 5 kekuatan *influencer* yang terepresentasikan dalam serial drama “Celebrity” terkhususnya pada karakter Seo A-Ri yaitu kredibilitas, keahlian, kepercayaan, hubungan parasosial, dan kesesuaian. Kredibilitas tampil sebagai faktor dominan, namun faktor lain seperti keahlian, kepercayaan, dan kesesuaian juga penting karena berperan dalam membangun kredibilitas. Hubungan parasosial juga sangat berpengaruh dalam karir A-Ri sebagai *influencer*. Faktor *disclosure sponsorship* tidak muncul dalam adegan ini, menunjukkan bahwa hal tersebut kurang signifikan dalam membangun kekuatan seorang *influencer*.

Kata Kunci: Celebrity, *Influencer*, Semiotika Charles Sanders Peirce, Serial Drama

**REPRESENTATION OF THE POWER OF INFLUENCERS IN
THE DRAMA SERIES "CELEBRITY" (SEMIOTIC ANALYSIS
OF CHARLES SANDERS PEIRCE)**

MUHAMMAD SURYA ALKHUWARIZMI

ABSTRACT

The South Korean drama series "Celebrity" emphasizes the influencer phenomenon in its storyline, as influencers are currently popular on social media. A lot of people strive to become influencers, and businesses use influencers' presence to promote their goods. In order to comprehend the significance of influencer power in the drama "Celebrity" more fully, this study attempts to find indicators in the play that point to that power. This research aims to identify signs in the drama that represent the power of influencers, so that we can gain a deeper understanding of the meaning related to the power of influencers in the drama "Celebrity". In the drama series "Celebrity" there are scenes that contain meaning related to the representation of Influencer power which will later be analyzed using Charles Sanders Peirce's semiotics. It is a triangular model of meaning consisting of three main elements: sign, object and interpretant. The research method is qualitative descriptive. The research results show that there are 5 influencer strengths represented in the drama series "Celebrity", especially in the character Seo A-Ri, namely credibility, expertise, trust, parasocial relationships, and suitability. Credibility appears to be the dominant factor, but other factors such as expertise, trustworthiness, and suitability are also important because they play a role in building credibility. Parasocial relationships are also very influential in A-Ri's career as an influencer. The sponsorship disclosure factor does not appear in this scene, indicating that it is less significant in building the power of an influencer.

Keywords: *Celebrity, Influencer, Charles Sanders Peirce Semiotics, Drama Series*

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur dan terima kasih, penulis mengucapkan puji kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas limpahan karunia dan rahmat-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tanpa bimbingan dan kekuatan yang diberikan oleh-Nya, skripsi dengan judul “Representasi Kekuatan *Influencer* dalam Serial Drama “Celebrity” (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)” tidak mungkin terselesaikan. Penyusunan skripsi ini diajukan dalam memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penyusunan skripsi ini telah melalui perjalanan yang panjang dan penuh tantangan, dan selama proses tersebut, banyak pihak yang memberikan bantuan dan dukungan yang sangat berarti. Setiap langkah dalam penulisan skripsi ini tidak akan mungkin tercapai tanpa kontribusi berharga dari berbagai individu dan kelompok yang berperan penting. Oleh karena itu, penulis ingin mengambil kesempatan ini untuk menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam dan seluas-luasnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu sepanjang perjalanan ini.:

1. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan penuh kepada peneliti selama ini;
2. Bapak Dr. S. Bekti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan FISIP UPN Veteran Jakarta
3. Bapak Dr. Azwar, SS., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi;
4. Kak Uljanatunnisa, S.Sos., MA. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama menjalani dunia perkuliahan;
5. Kak Ratu Nadya W., S.Ikom., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dalam penyusunan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya;
6. Alifa Khairunissa Adelia selaku narasumber yang telah bersedia meluangkan waktunya dan bersedia untuk diwawancarai agar penelitian ini mendapatkan data yang akurat dan berguna untuk menyusun Skripsi ini.;
7. Teman-teman seperjuangan Fadzrian, Kevin, Angel, Andini, Tiara, Wendhi, Dipta, Amelia, Royan, Ramos, Farhan yang menemani, mendukung, memotivasi, dan membantu penulis dari awal kuliah berlangsung hingga saat ini;

8. Dan seluruh pihak yang telah terlibat dan tidak dapat dituliskan satu demi satu oleh penulis, yang telah memberikan bantuan, dukungan, motivasi, serta masukan yang dapat membantu penulis

Penulis tidak dapat menafikan bahwa Skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan. Meskipun begitu, penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, penulis akan selalu terbuka terhadap saran dan masukan yang membangun untuk meningkatkan kualitas Skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak di masa depan.

Jakarta, 30 Mei 2024



Muhammad Surya Alkhuwarizmi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	V
<i>ABSTRACT</i>	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Praktis	9
1.3.2 Tujuan Teoritis	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat praktis	10
1.4.2 Manfaat teoritis	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Tinjauan Konseptual	13
2.1.1 Komunikasi Massa	13
2.1.2 Serial Drama	14
2.1.3 Representasi	15
2.1.4 <i>Influencer</i>	16
2.1.5 Kekuatan <i>Influencer</i>	17
2.2 Pengertian Semiotika	19
2.2.1 Semiotika Charles Sanders Peirce	20
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Objek Penelitian	24
3.2 Jenis Penelitian	24

3.3 Teknik Pengumpulan Data	25
3.3.1 Analisis Teks dan Gambar	25
3.3.2 Studi Pustaka	25
3.4 Sumber Data	25
3.4.1 Data Primer	26
3.4.2 Data Sekunder	26
3.5 Teknik Analisis Data	26
3.5.1 Unit Analisis Data	28
3.6 Tabel Rencana Waktu	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	31
4.1.1 Sinopsis Serial Drama “Celebrity”	31
4.1.2 Karakter Seo A-Ri dalam Serial Drama Celebrity	32
4.2 Hasil Penelitian	33
4.3 Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
5.2.1 Saran Praktis	93
5.2.2 Saran Teoritis	93
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Celebrity top serial non-english on July 2023	2
Gambar 2 Jakpat 2022 Survei film dan serial favorit masyarakat Indonesia	5
Gambar 3 Model Segitiga Makna Charles Sanders Peirce.....	20
Gambar 4 Seo A-Ri Tokoh Utama Serial Drama “Celebrity”	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka Berpikir	23
Tabel 2. Konsep Semiotika Charles Sanders Peirce.....	27
Tabel 3. Unit Analaisis Data	28
Tabel 4. Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	30
Tabel 5. Analisis Adegan 1	34
Tabel 6. Analisis Adegan 2	37
Tabel 7. Analisis Adegan 3	41
Tabel 8. Analisis Adegan 4	44
Tabel 9. Analisis Adegan 5	48
Tabel 10. Analisis Adegan 6	51
Tabel 11. Analisis Adegan 7	55
Tabel 12. Analisis Adegan 8	57
Tabel 13. Analisis Adegan 9	60
Tabel 14. Analisis Adegan 10	63
Tabel 15. Analisis Adegan 11	67
Tabel 16. Analisis Adegan 12	71
Tabel 17. Analisis Adegan 13	74
Tabel 18. Analisis Adegan 14	77
Tabel 19. Analisis Adegan 15	80
Tabel 20. Analisis Adegan 16	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata Narasumber	98
Lampiran 2: Transkrip Wawancara.....	100
Lampiran 3: Dokumentasi Wawancara.....	105