

**JURNAL TUGAS AKHIR PENGKAJIAN
ANALISIS SEMIOTIKA KONOTASI PADA KONTEN VIDEO
THIS IS APRIL DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK**



SKRIPSI

Oleh:

WIDYA AYU RIA LATIFA

NIM: 1610199124

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2021**

Jurnal Tugas Akhir Pengkajian yang berjudul:

ANALISIS SEMIOTIKA KONOTASI PADA KONTEN VIDEO THIS IS APRIL DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK, diajukan oleh Widya Ayu Ria Latifa dengan NIM 1610199124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 4 Juni 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.



Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Daru Tunggul Aji, S.S., MA.
NIP. 19870103 201504 1 002
NIDN. 0003018706

ABSTRAK

ANALISIS SEMIOTIKA KONOTASI PADA KONTEN VIDEO THIS IS APRIL DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK.

Widya Ayu Ria Latifa
1610199124

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Media sosial saat ini telah mencakup berbagai macam kebutuhan masyarakat, seperti TikTok yang dimanfaatkan oleh This Is April sebagai media promosi baru. TikTok merupakan media sosial hiburan yang menjadi sebuah gaya promosi baru di era digital masa kini, dimana sebuah promosi dikemas ke dalam sebuah video pendek dengan suara atau lagu yang bersifat atraktif. Di dalam media sosial, tanda verbal dan tanda visual memiliki fungsi yang lebih dinamis dalam penyampaian komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanda dan makna konotasi representasi dari konten video This Is April dalam media sosial TikTok pada periode Juni hingga November 2020 dengan penonton di atas sepuluh ribu. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan konsep Triadik Sumbo Tinarbuko dalam teori Semiotika Komunikasi Visual Sumbo Tinarbuko, peneliti mengidentifikasi sekaligus menganalisis tanda verbal dan tanda visual, kemudian mengungkap makna konotatif dari pesan yang muncul pada konten video This Is April dalam media sosial TikTok. Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan dari kelima video This Is April terdapat tanda yang terdiri dari: tanda verbal (teks, *caption*, tagar, dan lirik lagu) dan tanda visual (ikon, simbol, indeks, *background*, warna, komposisi, teknik pengambilan gambar, gerakan, dan audio), serta makna konotasi yang muncul secara keseluruhan yakni This Is April ingin menggaungkan gaya hidup kebebasan dalam berpakaian sebagai identitas baru TikTokers Milenial (khususnya perempuan) melalui gaya berpakaian kasual, dimana perempuan bebas mengenakan pakaian apapun dan mengkombinasikan pakaian apapun dan tidak ada batasan bentuk tubuh, warna kulit, maupun tinggi badan.

Kata kunci: tiktok, media promosi, semiotika komunikasi visual

ABSTRACT

A CONNOTATION SEMIOTICS ANALYSIS OF THIS IS APRIL ON SOCIAL MEDIA TIKTOK

**Widya Ayu Ria Latifa
1610199124**

Nowadays in digital era, social media has become into people's lifestyles. Social media is covered by various needs of community, such as TikTok which This Is April uses as a new promotional media. TikTok is an entertainment social media that has become a new promotional style in digital era, that promotion is packaged into a short video with attractive sound or songs. In social media, verbal signs and visual signs have a more dynamic function as delivery of communication. This research is to determine the sign and connotation meaning on social media TikTok on the period June to November 2020 with more than ten thousand viewers. This study uses a descriptive qualitative research methodology. By using Sumbo Tinarbuko's Triadic concept in Sumbo Tinarbuko's theory of Visual Communication Semiotics, the researchers identify and analyze verbal and visual signs, then reveal the connotative meaning of the messages that appear on This Is April video content on TikTok social media. Based on the analysis has been concluded from five videos of This Is April, the writer found several signs namely: verbal signs (text, captions, hashtags, and song lyrics) and visual signs (icon, symbol, index, background, color, composition, retrieval technique images, movements, and audio), and the overall of connotation meaning that has found is This Is April wants to echo the lifestyle of freedom of dress as a new identity for Millennial TikTokers (especially women) through casual dress styles, where women are free to wear any clothes, can combine any outfit, and there are no limitations on body shape, skin color, or height.

Keywords: *tiktok, promotion media, visual communication semiotics*

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Dunia kini tengah memasuki revolusi industri 4.0. Revolusi ini mengakibatkan terciptanya tatanan, cara pandang, kebiasaan, serta melahirkan sebuah budaya baru. Teknologi saat ini sudah memasuki gelombang ketiga: *Internet of Things* (Kasali, 2017: 58). Era ini ditandai dengan penggunaan gawai yang semakin meningkat dan menguatnya teknologi digital yang berbasis pada internet. Internet telah membuat segalanya lebih mudah, dimana segala data dapat diakses pada waktu itu juga. Kecepatan internet yang bersifat global, dimana siapapun dapat mengakses apapun dan kapanpun membuat manusia semakin terhubung satu sama lain. Hal inilah yang kemudian membuat maraknya media sosial bermunculan. Jika dahulu orang berinteraksi menggunakan surat, maka sekarang siapapun bisa berinteraksi secara *online* menggunakan media sosial.

Media sosial diartikan sebagai sebuah media yang dapat merepresentasikan dirinya sekaligus berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi antar pengguna, serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2018: 11). Perkembangan internet yang begitu cepat secara tidak sadar telah menggeser makna media sosial. Semakin ke sini media sosial tidak hanya berorientasi pada informasi dan hiburan, tetapi juga dijadikan sebagai media promosi, edukasi, serta transaksi jual beli online. Media sosial seakan dituntut untuk menampung berbagai macam kebutuhan dan kepentingan manusia, sehingga media sosial menjadi bagian dari gaya hidup manusia yang tak terpisahkan. Salah satu aplikasi media sosial yang saat ini tengah viral adalah TikTok. TikTok merupakan aplikasi yang membuat video pendek berdurasi 15 detik hingga 60 detik disertai dengan filter dan musik kreatif. Menurut Kumparan “Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia”, bahwa pada mulanya TikTok merupakan aplikasi bernama Douyin yang berasal dari China. Dalam waktu satu tahun Douyin mampu memiliki seratus juta pengguna dan satu miliar tayangan video setiap harinya. Popularitasnya yang meroket

membuat Douyin ingin memperluas pasar internasional dengan nama baru yang lebih menarik, yakni TikTok. TikTok memberikan kesempatan setiap pengguna untuk menjadi kreator dengan membagikan video ekspresif yang kreatif melalui video pendek. Kesederhanaan dan kemudahan TikTok mampu menarik pengguna karena tidak memakan banyak waktu (<https://kumparan.com>, *Ini Asal Muasal TikTok Yang Kini Mendunia*, diakses pada tanggal 23 September 2020 pukul 23.17).

Di Indonesia, TikTok sempat viral di tahun 2018 karena kasus Bowo Alpenlieble yang mengakibatkan terjadinya unsur *bullying* anak di bawah umur. Akibatnya TikTok sempat mengalami penurunan pengguna di Indonesia karena dianggap menampilkan konten yang tidak bermanfaat terutama untuk anak-anak. Seiring berjalannya waktu, konten TikTok justru semakin berkembang. Tidak hanya konten hiburan, tetapi muncul konten seperti *life hacks*, *tips and tricks*, *review product*, edukasi, dan dijadikan sebagai media promosi. Berdasarkan hasil *survey* sensortower.com, jumlah pengunduh TikTok mencapai 26M untuk pengguna android dan 11M untuk pengguna ios. Angka tersebut hampir mendekati dengan pengunduh Instagram yakni 36M untuk pengguna android dan 12M untuk pengguna ios (www.sensortower.com, diakses pada tanggal 7 September 2020 pukul 19.32). Menurut CNBC Indonesia, pertumbuhan pengguna TikTok telah mendekati 800% dari tahun 2018 hingga 2020 (www.cnbcindonesia.com, *Jangan Kaget, Ini Jumlah Pengguna Aktif TikTok Di Dunia*, diakses pada tanggal 29 Agustus 2020 pukul 19.25). Kepopuleran TikTok kemudian dimanfaatkan oleh salah satu *brand* lokal Indonesia, This Is April.

This Is April merupakan brand lokal Indonesia yang bergerak di bidang pakaian. Pendiri This Is April adalah Maria Anggraini. Semua desain This Is April didesain langsung oleh Maria, dan dijahit di sebuah pabrik di China. This Is April berdiri sejak tahun 2012 tepatnya di bulan April, dan telah memiliki 59 outlet yang tersebar di Jawa, Sumatera, Batam, Sulawesi, Bali, serta 1 outlet yang berada di Sunway Pyramid Malaysia. This Is April juga menjual produknya secara *online* melalui

beberapa *market place* yakni Lazada, Bli Bli, Shopee, dan Tokopedia. Selain itu pemesanan produk This Is April dapat juga melalui *website*, Line, dan Whatsapp. Untuk mempromosikan produknya, This Is April menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi digital pertama. Ciri khas dari This Is April adalah desain bajunya yang *simple*, mudah untuk dipadupadankan, dan harganya yang terjangkau.

Di bulan Februari 2020, This Is April mulai menambah media promosi baru yakni media sosial TikTok. Visual yang ditampilkan This Is April dalam media sosial TikTok sedikit unik dan tidak seperti media sosial pada umumnya. Konten video This Is April di TikTok hanya berdurasi 15 detik dan 60 detik saja. Video This Is April di TikTok terlihat seperti video rutin harian biasa. Konten yang ditampilkan di media TikTok berupa *tips and tricks* memadupadankan pakaian, seperti untuk liburan, bekerja, dan penggunaan baju yang *oversized*, serta hiburan seperti berjoget ala TikTok. Video tersebut diedit menggunakan *filter*, permainan transisi, teks, dan disisipkan lagu yang menjadi ciri khas video TikTok. Di setiap video, pakaian yang dikenakan merupakan produk dari This Is April. Selain itu, This Is April tidak menggunakan selebgram ataupun *influencer* di TikTok. Tidak seperti konsep video promosi di Instagram, video This Is April di TikTok hanya menggunakan timnya sendiri sebagai model.

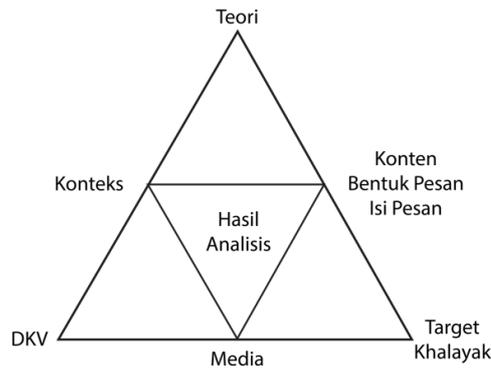
Pada salah satu video TikTok This Is April, terlihat dua orang perempuan dengan dua proporsi badan yang berbeda mengenakan pakaian yang hampir sama. Di awal mereka mengenakan pakaian *dress* panjang yang sama, kemudian mereka berganti pakaian menjadi memakai celana yang sama dan atasan dengan motif yang sama. Di video tersebut terdapat *caption*: “*Have a different body type with your bestie? Don’t worry, you can still twinning! #thisisapril #tiktokfashion #tiktokindonesia #foryou*”. Video tersebut terlihat seperti video hiburan TikTok biasa, tetapi jika diamati seperti mempunyai pesan tersembunyi yang ingin memperkenalkan produknya. Penempatan produk secara umum merujuk pada penyisipan merek secara cermat ke dalam konten atau cerita yang

dibangun dalam media promosi. Penonton seakan tidak menyadari adanya daya persuasif yang dilekatkan dalam muatan hiburan media.

Konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Isi dari sebuah konten berfungsi untuk mengkomunikasikan suatu pesan kepada khalayak, dimana di dalam media sosial pesan tersebut direpresentasikan ke dalam bentuk tanda visual (KBBI, 2016). Hal ini selaras dengan desain komunikasi visual yang merancang sebuah pesan komunikatif yang diwujudkan ke dalam bentuk visual, sehingga topik ini masuk ke dalam bahasan desain komunikasi visual dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian terkait *visual marketing*. Selain itu identifikasi visual pada konten video This Is April dalam media sosial TikTok diharapkan dapat menambah wawasan dalam penyusunan karya desain komunikasi visual khususnya untuk kegiatan pemasaran. Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka rumusan masalah adalah, bagaimana tanda dan makna konotasi pada konten video This Is April dalam media sosial TikTok pada periode Juni hingga November 2020 dengan penonton di atas sepuluh ribu? dan tujuan mengetahui tanda dan makna konotasi pada konten video This Is April dalam media sosial TikTok pada periode Juni hingga November 2020 dengan penonton di atas sepuluh ribu.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan konsep Triadik Sumbo Tinarbuko dalam teori Semiotika Komunikasi Visual Sumbo Tinarbuko, peneliti mengidentifikasi sekaligus menganalisis tanda verbal dan tanda visual, kemudian mengungkap makna konotatif yang muncul pada konten video This Is April dalam media sosial TikTok.



Gb 3.1 Triadik Sumbo Tinarbuko
(sumber: Sumbo Tinarbuko, 2017)

Pada bagian bawah, terdapat penempatan garis lurus antara DKV, media komunikasi, dengan target khalayak. Pada sisi bagian kiri, terdapat penempatan garis lurus antara DKV, konteks (kesepakatan dalam proses mengkaji karya desain komunikasi visual), dan teori pada bagian puncak yang digunakan sebagai referensi untuk mengkaji karya desain komunikasi visual. Pada sisi bagian kanan, terdapat penempatan garis lurus yang dimulai dari target khalayak, konten (bentuk pesan dan isi pesan dari karya desain komunikasi visual), dan pada bagian atas teori (teori utama dan teori penunjang). Pada bagian tengah, terdapat singgungan garis lurus antara konteks dengan konten. Kemudian dari konteks dan konten ditarik garis yang bertemu di bagian bawah yang membentuk sebuah segitiga terbalik dengan titik bawah media komunikasi visual. Pada ketiga titik tersebutlah ditemukan bentuk alur pikir kajian semiotik komunikasi visual yang kemudian dihasilkan pemaparan deskriptif makna konotasi atas tanda verbal dan tanda visual serta pesan verbal dan pesan visual karya desain komunikasi visual (Tinarbuko, 2017: 56).

Selain itu, peneliti juga menggunakan teori pendukung yakni: teori *brand* David A. Aker, teori mere-exposure effect Robert Zajonc, teori realitas sosial-siber Gotved, dan teori representasi Stuart Hall. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui visualisasi dan representasi dari konten video This Is April dalam media sosial TikTok. Belum ada penelitian tentang *brand* This Is April pada media sosial TikTok dalam sudut pandang

desain komunikasi visual sebelumnya, dan penelitian ini berangkat dari fenomena yang tengah terjadi saat ini di sekitar peneliti.

B. Hasil Pembahasan

1. Konten Media Sosial

Konten merupakan isi atau muatan informasi yang ada pada media komunikasi elektronik (KBBI, 2016). Di era digital, konten media sosial dianggap sebagai bentuk iklan baru. Konten media sosial dianggap sebagai jalur baru dalam mengkomunikasikan merek, dimana memiliki tujuan agar tercipta hubungan yang lebih dalam antara merek dan pelanggan. Konten media sosial mengubah peran pemasar dari promotor merek menjadi pencerita (Kotler, Hermawan, dan Iwan, 2019: 119).

Media sosial berperan besar terhadap pemasaran konten. Di masa sekarang media sosial menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat, terutama masyarakat di Indonesia. Kecepatan konektivitas yang bersifat global membuat masyarakat semakin terhubung satu sama lain secara virtual. Jika di masa lalu pelanggan mendengarkan penuh terhadap konten di media tradisional, termasuk iklan, maka kini pelanggan memiliki konten media sosial yang dianggap lebih terpercaya dan lebih menarik. Keunikan dari konten media sosial yakni, pelanggan dapat memilih dalam mengakses konten media sosial kapanpun dan dimanapun. Pada penelitian yang diambil, konten media sosial menjadi objek kajian dari peneliti, yakni konten video This Is April dalam media sosial TikTok periode Juni hingga November 2020 dengan kategori penonton di atas sepuluh ribu yang berjumlah lima video. Penelitian berfokus pada visualisasi dan representasi dari konten video This Is April dalam media sosial TikTok.

2. Identifikasi Tanda Verbal dan Tanda Visual

a. Video 1

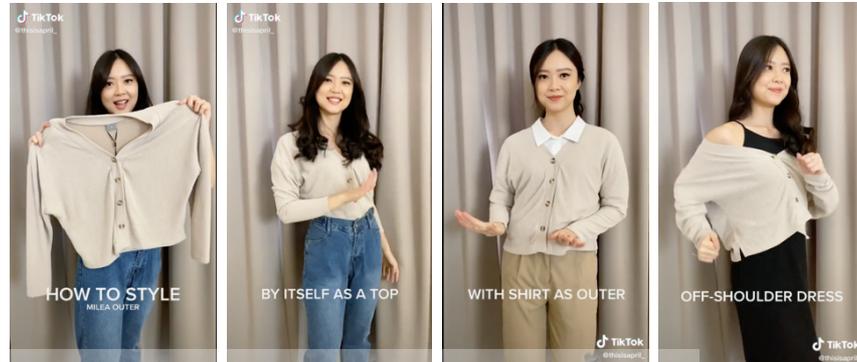




Tanda Verbal	Tanda Visual
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Caption:</i> <i>Outfit of The Friday</i> ❤️ #GiniRasanyaJoyDay #samasabelajar #samasadirumah #foryoupage #foryou ##outfitinspiration #fyp #fy #fashion #tiktok • <i>Suara:</i> Countdown by T.M.T • <i>Pesan konotatif verbal:</i> memberikan inspirasi gaya berpakaian di hari Jumat, di mana Jumat dianggap sebagai hari kebahagiaan. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ikon</i> Seorang perempuan muda berambut panjang dan berwarna coklat gelap panjang. Memiliki perawakan ideal, tinggi, dan terlihat tersenyum manis. • <i>Simbol:</i> Terdapat simbol penggunaan anting-anting, simbol penggunaan lipstik, simbol penggunaan parfum, dan simbol penggunaan sandal hak tinggi. Terdapat logo TikTok dengan simbol not seperdelapan, dan logo tulisan "TikTok". Logo tersebut bergerak dan di bagian bagian logo terdapat username @thisisapril_ yang berada di pojok kiri atas pada detik 00.00-00.05. Kemudian menghilang dan muncul kembali di pojok kanan bawah pada detik 00.05-00.14. • <i>Efek Transisi: Cut to cut.</i> • <i>Background dan Warna</i> Di dalam video tersebut menggunakan <i>background</i> dinding berwarna putih polos dan lantai berwarna abu-abu. Secara keseluruhan pada video tersebut menggunakan pemilihan warna-warna pastel seperti <i>pink</i>, putih, dan abu-abu. • <i>Komposisi Letak</i> Simetris dan Asimetris. • <i>Pesan konotatif visual:</i> This Is April merupakan <i>brand</i> pakaian untuk perempuan yang variatif dan mengikuti perkembangan jaman

Secara keseluruhan, makna konotasi yang muncul: sebuah budaya perayaan dalam menyambut datangnya akhir pekan. Akhir pekan identik dengan hari yang santai, sehingga menggambarkan gaya berpakaian yang cenderung kasual.

b. Video 2



Tanda Verbal	Tanda Visual
<ul style="list-style-type: none"> • Konten: <ul style="list-style-type: none"> “How to Style Milea Outer” “By Itself As A Top” “With Shirt as Outer” “Off-Shoulder Dress” • Caption: <p><i>Milea Outer is now on 30% off at www.thisisapril.com ✨ #thisisapril #stylechange #styleideas #OutfitChange #foryou #tiktokindo</i></p> • Suara: <p>All TikTok Mashup (JVKE-Upside Down)- @JVKE</p> • Lirik: <p>“Down south hood baby (hood baby) Make all the boys go crazy (go crazy) Go, go, go stupid But you smart like an a plus student Up down, right down Looking for your love, right now”</p> • Pesan konotatif verbal: <p>memberikan inspirasi gaya berpakaian di hari Jumat, di mana Jumat dianggap sebagai hari kebahagiaan.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Ikon: <p>Seorang perempuan muda berambut panjang dan berwarna cokelat gelap. Memiliki perawakan kurus dan tinggi. Perempuan tersebut terlihat tersenyum tipis dan tersenyum dengan menunjukkan gigi.</p> • Simbol: <p>Terdapat logo TikTok dengan simbol not seperdelapan, dan logo tulisan “TikTok”. Logo tersebut bergerak dan di bagian bagian logo terdapat username @thisisapril_ yang berada di pojok kiri atas pada detik 00.00-00.05, kemudian menghilang dan muncul kembali di pojok kanan bawah pada detik 00.05-00.14.</p> • Efek Transisi: Cut to cut. • Background dan Warna <p>Di dalam video tersebut menggunakan background tirai berwarna mocha polos. Secara keseluruhan pada video tersebut menggunakan pemilihan warna-warna pastel seperti krem, putih, cokelat, hitam dan biru.</p> • Komposisi Letak: Simetris. • Pesan konotatif visual: <p>luaran Milea merupakan produk yang sangat fleksibel digunakan untuk gaya nonformal maupun formal.</p>

Secara keseluruhan, makna konotasi yang muncul: gaya berpakaian luaran di daerah tropis yang dileburkan ke dalam budaya populer modern.

c. Video 3



Tanda Verbal	Tanda Visual
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Caption:</i> <i>Tick! #thisisapril #OutfitChange #outfitinspiration #PejuangLokal #tiktokindo #tiktokfashion #foryoupage #foryou #fyp #fy #tiktokviral #ootd</i> • <i>Suara:</i> <i>High Fashion (feat. Mustard)-@Roddy Rich</i> • <i>Lirik:</i> <i>"You ain't gotta deal with none of these niggas no more If we hop in the Benz is that okay? Is it okay if I call you my prada bae? I ain't no player, I just got a lot of baes But let me tell you, I like you a lot, bae I wanna start at the top and the bottom. bae Know you want the shoe with the red on the bottom, bae"</i> • <i>Pesan konotatif verbal:</i> memberikan inspirasi gaya kombinasi produk This Is April yang <i>fashionable</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ikon</i> Seorang perempuan muda berambut panjang berwarna coklat gelap panjang, serta memiliki perawakan kurus dan tinggi. Perempuan tersebut terlihat tersenyum tipis dan tersenyum dengan menunjukkan gigi. • <i>Simbol:</i> Terdapat logo TikTok dengan simbol not seperdelapan, dan logo tulisan "TikTok". Logo tersebut bergerak dan di bagian bagian logo terdapat <i>username @thisisapril_</i> yang berada di pojok kiri atas pada detik 00.00-00.05, kemudian menghilang dan muncul kembali di pojok kanan bawah pada detik 00.05-00.14. Lalu pada penutup, terdapat foto profil akun This Is April (berbentuk lingkaran), nama akun: THIS IS APRIL, dan <i>user id @thisisapril_</i> tersusun secara <i>center</i>. • <i>Transisi:</i> <i>cut to cut</i>. • <i>Background dan Warna</i> Di dalam video tersebut menggunakan <i>background</i> dinding berwarna putih warna putih polos dan lantai berwarna abu-abu. Secara keseluruhan pada video tersebut menggunakan pemilihan warna-warna pastel seperti krem, putih, abu-abu, biru, kuning, pink, dan hitam. • <i>Komposisi:</i> Simetris. • <i>Pesan konotatif verbal</i> This Is April memiliki konsep produk yang cenderung kasual, minimalis, dan mudah untuk dikombinasikan dengan pakaian apapun

Secara keseluruhan, makna konotasi yang muncul: sebuah budaya untuk cinta produk lokal atau cinta Indonesia.

d. Video 4



Tanda Verbal	Tanda Visual
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Caption:</i> Jangan sampai ketahuan Mama ya lempar-lempar baju 😊 #thisisapril #TikTok #CesBeforeCus #tiktokfashion #OutfitChange #tiktokindo #foryou • <i>Suara:</i> <i>Psycho (contains music from: psycho, pt/2-Russ)</i> • <i>Lirik:</i> "She got me going psycho, She got me going down, down, down" • <i>Pesan konotatif verbal:</i> kebiasaan melempar baju membuat Mama akan marah 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Ikon</i> Seorang perempuan muda berambut sebah dan berwarna hitam. Berperawakan kurus dan tidak terlalu tinggi. • <i>Simbol:</i> Terdapat logo TikTok dengan simbol not seperdelapan, dan logo tulisan "TikTok". Logo tersebut bergerak dan di bagian bagian logo terdapat <i>username @thisisapril_</i> yang berada di pojok kiri atas pada detik 00.00-00.05. Kemudian menghilang dan muncul kembali di pojok kanan bawah pada detik 00.05-00.14. • <i>Transisi: cut to cut.</i> • <i>Background dan Warna</i> Di dalam video tersebut menggunakan background dinding berwarna putih polos dengan tirai berwarna <i>mocha</i>, serta lantai berwarna abu-abu. Secara keseluruhan pada video tersebut menggunakan pemilihan warna-warna pastel seperti putih, pink, cokelat, biru, hitam, dan oranye. • <i>Komposisi: Asimetris.</i> • <i>Pesan konotatif: produk This Is April cocok untuk pakaian sehari-hari.</i>

Secara keseluruhan, makna konotasi yang muncul: gaya pakaian sehari-hari (*daily wear*) yang kasual.

e. Video 5



Tanda Verbal	Tanda Visual
<ul style="list-style-type: none"> • Konten: terdapat simbol balon percakapan yang di dalamnya terdapat teks sebagai berikut: <i>Reply to devii22's comment:</i> Kalo kurus mah pake baju apaan aja juga cocok 😊 Kemudian di bagian bawah simbol tersebut terdapat teks: <i>Who says curvy girls can't rock any outfit?</i> • Caption: <i>Reply to @devii22. This is a 101 of how girls with curvy size can rock any outfits! ✨ #thisisapril #JadiAwsem #tiktokindo #foryou #tiktokfashion</i> • Suara: <i>@CLMS Brock Original</i> • Lirik: <i>"I used to be so beautiful now look at me.."</i> • Pesan konotatif verbal: produk This Is April cocok untuk berbagai macam bentuk tubuh, termasuk bentuk tubuh <i>curvy</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ikon Seorang perempuan muda berambut panjang berwarna coklat gelap panjang dan berbadan <i>curvy</i>. • Simbol: Terdapat logo TikTok dengan simbol not seperdelapan, dan logo tulisan "TikTok". Logo tersebut bergerak dan di bagian bagian logo terdapat <i>username @thisisapril_</i> yang berada di pojok kiri atas pada detik 00.00-00.05, kemudian menghilang dan muncul kembali di pojok kanan bawah pada detik 00.05-00.14. • Efek Transisi: <i>Cut to cut</i>. • Background dan Warna Di dalam video tersebut menggunakan <i>background</i> dinding berwarna putih polos dan lantai berwarna abu-abu. Di bagian belakang terdapat cermin berbentuk persegi panjang dengan tinggi sama dengan ikon perempuan. Secara keseluruhan pada video tersebut menggunakan pemilihan warna-warna netral seperti biru, hitam, krem, putih, pink, abu-abu, dan coklat. • Komposisi: Asimetris • Pesan konotatif visual: memberikan inspirasi gaya berpakaian untuk perempuan bertubuh <i>curvy</i>.

Secara keseluruhan, makna konotasi yang muncul: video tersebut memiliki makna konotasi budaya *body positivity*.

C. Kesimpulan

Di era digital masa kini, media sosial sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Media sosial kini sudah mencakup berbagai macam kebutuhan masyarakat, seperti TikTok yang dimanfaatkan oleh This Is April sebagai media promosi baru. Penelitian ini memiliki rumusan masalah yakni bagaimana tanda dan makna konotasi pada konten video This Is April dalam media sosial TikTok pada periode Juni hingga November 2020 dengan penonton di atas sepuluh ribu. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teori Semiotika Komunikasi Visual Sumbo Tinarbuko sebagai dengan konsep Triadik Sumbo Tinarbuko sebagai analisis. Pada penelitian ini, peneliti mengidentifikasi

sekaligus menganalisis tanda verbal dan tanda visual, kemudian mengungkap makna konotatif dari pesan yang muncul serta menemukan representasi dari konten video This Is April dalam media sosial TikTok.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan dari kelima video This Is April terdapat visualisasi tanda yang terdiri dari: unsur tanda verbal (teks, *caption*, tagar, dan lirik lagu) dan unsur tanda visual (ikon, simbol, indeks, *background*, warna, komposisi, teknik pengambilan gambar, gerakan, dan audio), serta terdapat hasil representasi makna konotasi pada dari kelima video This Is April sebagai berikut:

1. Pada video pertama memiliki makna konotasi sebuah budaya perayaan menyambut datangnya akhir pekan, dimana akhir pekan dianggap sebagai hari kebebasan karena tidak ada aktivitas formal seperti bekerja dan aktivitas sekolah, sehingga aktivitas yang cenderung santai maka gaya berpakaian yang digunakan cenderung kasual.
2. Pada video kedua memiliki makna konotasi gaya berpakaian luaran di daerah tropis yang menggunakan luaran sebagai pakaian pelengkap agar terlihat lebih *fashionable*, sehingga luaran lebih mudah untuk dikombinasikan dengan berbagai macam gaya berpakaian.
3. Pada video ketiga memiliki makna konotasi sebuah budaya untuk cinta produk lokal, dimana penggunaan gaya berpakaian yang berbeda-beda menunjukkan rasa bangga dalam mengenakan pakaian tersebut.
4. Pada video kelima memiliki makna konotasi gaya berpakaian sehari-hari atau biasa disebut *daily wear* yang mengusung konsep kasual
5. Pada video keempat memiliki makna konotasi budaya *body positivity*, dimana produk This Is April dapat digunakan untuk berbagai macam bentuk tubuh.

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa This is April ingin mencoba mengangkat *brand*-nya lebih jauh lagi ke dalam pasar internasional. Hal ini terlihat dari bagaimana representasi-representasi yang terbentuk tersebut disisipkan ke dalam fitur-fitur TikTok (tagar dan suara) untuk masuk ke dalam sebuah lingkaran dunia. TikTok merupakan sebuah wadah kreativitas yang tidak hanya sebagai tempat berbagi konten kreatif, tetapi juga adanya

penyisipan pesan di dalamnya. This Is April ingin menggaungkan gaya hidup kebebasan dalam berpakaian sebagai identitas baru TikTokers Milenial (khususnya perempuan) melalui gaya berpakaian kasual, dimana perempuan bebas mengenakan pakaian apapun dan mengkombinasikan pakaian apapun dan tidak ada batasan bentuk tubuh, warna kulit, maupun tinggi badan. Di dalam media sosial TikTok, tanda verbal dan tanda visual yang terbentuk cukup kompleks, dimana setiap tanda seperti tagar dan suara yang digunakan memiliki algoritma atau perhitungan tersendiri yang harus masuk ke dalam kacamata seorang desainer komunikasi visual dalam memproduksi tanda-tanda di dalam media sosial TikTok. Tagar dan suara dapat mempengaruhi banyak atau tidaknya *viewers*, *likes*, dan tingkat keviralan sebuah konten di dalam media sosial TikTok. Berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan, belum ada penelitian tentang *brand* This Is April pada media sosial TikTok dalam sudut pandang desain komunikasi visual sebelumnya.

Berdasarkan tanda dan makna konotasi yang terjalin harus memiliki sebuah keselarasan agar nantinya dapat membentuk citra merek di masyarakat. Di dalam semiotika komunikasi visual sendiri, tanda ditempatkan sebagai bagian dari unsur pembentuk komunikasi, sehingga penyusunan tanda (verbal dan visual) memiliki peran yang penting dalam penyampaian pesan. Perlu disadari bahwa pentingnya peran desainer dalam menyusun konsep karya desain komunikasi visual, agar pesan, citra, dan *positioning* dapat terjalin selaras dengan tujuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Kasali, Rhenald. (2017). *Disruption*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Nasrullah, Rully. (2018). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Tinarbuko, S. (2017). *Membaca Tanda dan Makna Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit BP ISI Yogyakarta.

B. Laman

Rahadian, Aristya. 2020. www.cnbcindonesia.com, *Jangan Kaget, Ini Jumlah Pengguna Aktif TikTok Di Dunia*, diakses pada tanggal 29 Agustus 2020 pukul 19.25.

<https://kumparan.com>, *Ini Asal Muasal TikTok Yang Kini Mendunia*, diakses pada tanggal 23 September 2020 pukul 23.17.

<https://www.sensortower.com>, diakses pada tanggal 7 September 2020 pukul 19.32.