

REPRESENTASI MAKNA MEMANFAATKAN WAKTU

DALAM WEB SERIES DEMI MASA



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun oleh:

MUHAMMAD ALFAN FANNAN

NIM.18102010071

Pembimbing:

Seiren Ikhtiara, M.A

NIP 19910611 201903 2 027

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2025



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1334/Un.02/DD/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : REPRESENTASI MAKNA MEMANFAATKAN WAKTU DALAM WEB SERIES
DEMI MASA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD ALFAN FANNAN
Nomor Induk Mahasiswa : 18102010071
Telah diujikan pada : Selasa, 19 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Seiren Ikhtiara, M.A.
SIGNED

Valid ID: 68ace2ec6108c



Penguji I
Saptoni, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 68ac6469ba94f



Penguji II
Nitra Galih Imansari, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 68abd97b54414



Yogyakarta, 19 Agustus 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 68ad4b6811135



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 51586
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa proposal skripsi Saudara:

Nama : Muhammad Alfann Fannan
NIM : 18102010071
Judul Proposal : Representasi Makna Memanfaatkan Waktu dalam Web Series Demi Masa

sudah dapat diajukan kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 11 Agustus 2025

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing

Saptoni, S.Ag., M.A

NIP 19730221 199903 1 002

Seiren Ikhtiara, M.A

NIP 19910611 201903 2 027

SURAT PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Alfian Fannan
NIM : 1810201001
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Representasi Makna Memanfaatkan Waktu dalam Web Series Demi Masa, adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 11 Agustus 2025

Yang menyatakan



Muhammad Alfian Fannan

181020010071

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua, keluarga, sahabat, dan semua pihak yang sangat berjasa dalam proses awal perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir



MOTTO

“Demi masa, sesungguhnya manusia benar-benar berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh serta saling menasihati untuk kebenaran dan kesabaran.”

Surat Al-‘Ashr, ayat 1-3

“You can’t make up for lost time. You can only do better in the future.”

Ashley Ormon



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji bagi Allah *subhanahu wa taala* yang telah melimpahkan rahmat hidayat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi hingga akhir. *Sholawat* serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad *shollallahu 'alaihi wasallam*, semoga kita memperoleh syafaat dan diakui sebagai umatnya di hari akhir kelak, *Aamiin*.

Skripsi dengan judul “Representasi Makna Memanfaatkan Waktu dalam Web Series Demi Masa” disusun guna memenuhi persyaratan meraih gelar Strata-1 pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala bentuk kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Saptoni, S.Ag., M.A., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, sekaligus sebagai Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasehat selama masa perkuliahan.

4. Ibu Seiren Ikhtiara, M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, masukan, kritik, dan motivasi dari awal pengerjaan hingga selesainya skripsi ini.
5. Segenap dosen dan civitas akademika Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah mendedikasikan waktu dan tenaga untuk mencurahkan ilmu dan membantu proses akademik penulis.
6. Bapak, Ibu, Adik, dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan moral maupun material sepenuh hati, serta tanpa henti percaya dan mendoakan penulis hingga saat ini.
7. Bapak KH. Ridwan Em Nur dan Ibu Nyai Hj. Inats Tsuraya selaku pengasuh Pondok Pesantren Al-Kandiyas Krpyak yang telah mendidik dan mengayomi penulis selama masa studi di Yogyakarta.
8. Teman-teman Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2018, khususnya teman pejuang semester terakhir, yang telah membantu dalam proses perkuliahan serta pengerjaan skripsi.
9. Teman-teman santri Al-Kandiyas, baik yang sudah boyong maupun masih mukim, yang telah menemani dan menyemangati dalam aktivitas sehari-hari.
10. Teman-teman Info Negatif (alumni pengurus PP) yang telah menghadirkan candaan dan hiburan, meskipun terhalang jarak bertemu.
11. Teman-teman komunitas dan organisasi yang pernah penulis ikuti, seperti: SUKA TV, KMDY, YOT Yogyakarta, dan Narasi Yogyakarta

12. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan kepedulian sekecil apapun terhadap penulis.

Kepada semua pihak yang telah disebutkan di atas, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya. Semoga bantuan, motivasi, dan doa yang sudah diberikan dapat menjadi kebaikan sekaligus amal jariyah serta mendapatkan balasan terbaik oleh Allah *subhanahu wa taala, Aamiin.*

Yogyakarta, 10 Agustus 2025

Muhammad Alfannan
18102010071



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Muhammad Alfann (18102010071), Representasi Makna Memanfaatkan Waktu dalam Web Series Demi Masa. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Beberapa tahun terakhir banyak *brand* yang memproduksi *web series* sebagai salah satu cara pemasarannya, karena dianggap dapat meningkatkan *emotional value* antara *brand* dengan target pasarnya. Salah satu jenama yang menggunakan *web series* sebagai media penyebaran nilainya adalah Kahf lewat *web series Demi Masa*, yang mengkampanyekan pentingnya memanfaatkan waktu dengan baik.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang mengkaji mengenai representasi makna memanfaatkan waktu yang terdapat dalam *web series Demi Masa part* pertama, episode 1-3. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna lebih dalam dari suatu teks atau konten media, termasuk makna denotasi, konotasi, dan mitos. Serta didukung teori representasi Stuart Hall untuk memahami makna pesan yang ingin ditampilkan pembuat serial tersebut. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa pada *web series Demi Masa* bagian pertama ditemukan representasi makna memanfaatkan waktu yang berbeda di setiap episodenya. Pada episode pertama, menampilkan tentang pentingnya menyelesaikan sesuatu selagi memiliki waktu lapang. Lalu di episode kedua, menunjukkan tentang pentingnya mempergunakan waktu sehat, sebelum tiba masa sakit. Kemudian pada episode tiga, memberi pelajaran tentang pentingnya menghargai kehidupan sebelum ajal tiba.

Kata Kunci: Representasi, Web Series, Semiotika Roland Barthes.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Muhammad Alfannan (18102010071), Representation of the Meaning of Utilizing Time in the Web Series Demi Masa, Thesis, Yogyakarta: Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta

In recent years, many brands have produced web series as a marketing strategy, because it is considered effective in increase the omotional value between the brand and its target market. One brand that uses a web series as a medium for spreading its value is Kahf, in the web series Demi Masa, which campaign about the importance of using time wisely.

This research is a type of descriptive-qualitative research that examines the representation of the meaning of utilizing time in the first part of the Demi Masa web series, episodes 1-3. The data analysis technique used is Roland Barthes' semiotic analysis to analyze the deeper meaning of a text or media content, including its denotation, connotation, and myth. The research is also supported by Stuart Hall's representation theory to understand the meaning of the message that the series' creators intend to convey.

The results of this research reveal that in thr first part of the Demi Masa web series, there are different representations of meaning of utilizing time in each episode. The first episode highlights the importance of completing task while one has free time. The second episode shows the importances of using time while heatly, before illness arrives. Then, in the third episode teaches the importance of appreciating life before death comes.

Key words: Representation, Web Series, Roland Barthes' Semotic.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	11
F. Metode Penelitian	28
G. Sistematika Pembahasan	32
BAB II GAMBARAN UMUM WEB SERIES DEMI MASA	33
A. Profil Web Series Demi Masa	33
B. Sinopsis Web Series Demi Masa	35
C. Tokoh dan Karakter dalam Web Series Demi Masa	36
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Analisis Semiotika Roland Barthes Adegan Web Series Demi Masa	44
B. Analisis Representasi Stuart Hall Adegan Web Series Demi Masa	76
C. Relevansi Makna Memanfaatkan Waktu dalam Web Series Demi Masa dengan Teori Representasi Konstruksionis Stuart Hall	81
BAB IV PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Thumbnail YouTube Kahfeveryday	3
Gambar 2.1: Poster Web Series Demi Masa.....	33
Gambar 2.2: Pemeran Tokoh Rio	36
Gambar 2.3: Pemeran Tokoh Fahri.....	37
Gambar 2.4: Pemeran Tokoh Anto	38
Gambar 2.5: Pemeran Tokoh Kun	39
Gambar 2.6: Pemeran Tokoh Yusuf.....	40
Gambar 2.7: Pemeran Tokoh Anton	41



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Jadwal Penayangan Web Series Demi Masa	35
Tabel 3.1: Penyajian Data Scene 1 Episode 1	45
Tabel 3.2: Penyajian Data Scene 2 Episode 1	47
Tabel 3.3: Penyajian Data Scene 3 Episode 1	49
Tabel 3.4: Penyajian Data Scene 4 Episode 1	51
Tabel 3.5: Penyajian Data Scene 5 Episode 1	53
Tabel 3.6: Penyajian Data Scene 1 Episode 2	55
Tabel 3.7: Penyajian Data Scene 2 Episode 2	57
Tabel 3.8: Penyajian Data Scene 3 Episode 2	59
Tabel 3.9: Penyajian Data Scene 4 Episode 2	61
Tabel 3.10: Penyajian Data Scene 5 Episode 2	62
Tabel 3.11: Penyajian Data Scene 5 Episode 2	64
Tabel 3.12: Penyajian Data Scene 1 Episode 3	66
Tabel 3.13: Penyajian Data Scene 2 Episode 3	68
Tabel 3.14: Penyajian Data Scene 3 Episode 3	70
Tabel 3.15: Penyajian Data Scene 4 Episode 3	72
Tabel 3.16: Penyajian Data Scene 5 Episode 3	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi turut berpengaruh pada cara orang-orang menikmati sebuah hiburan. Dulu, ketika seseorang ingin menonton sebuah film atau tayangan tertentu harus menyempatkan waktu ke suatu bioskop atau menunggu jam tayang di televisi. Kini, seiring mudahnya akses internet, semua orang dapat bebas memilih tontonan sesuai selera, langsung dari gawai mereka, tidak terbatas oleh waktu maupun tempat tinggal. Dari sekian banyak alternatif situs untuk mencari tayangan hiburan, YouTube adalah salah satu opsinya. YouTube merupakan situs untuk berbagi dan menonton video gratis secara *online*,¹ Konten video yang ada di platform YouTube sangat beragam, mulai dari video amatir atau iseng menggunakan *smartphone* hingga karya video produksi profesional dengan budget besar.

Berdasarkan situs DataReportal, pada tahun 2024 YouTube tercatat sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak, yakni sebanyak 139 juta jiwa atau 49.9% dari total penduduk di Indonesia. Pengakses konten di YouTube lebih banyak dibandingkan media sosial lainnya, seperti: TikTok (127 juta), Facebook (118 juta), Instagram (101 juta), LinkedIn (26 juta), dan X (25 juta).²

¹ "What is YouTube", *GFCGlobal*, YouTube: What is YouTube? (gfcglobal.org), diakses tanggal 6 Juni 2024.

² Simon Kemp, "Digital 2024: Indonesia", *Datareportal*, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>, diakses tanggal 6 Juni 2024.

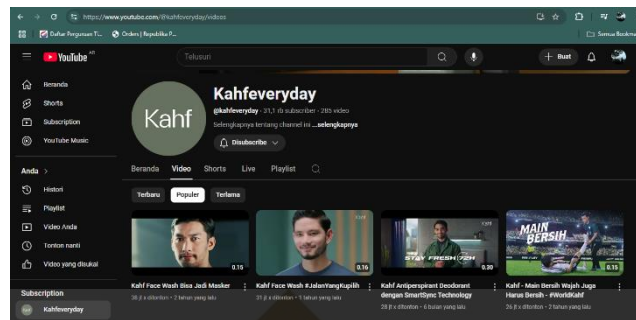
Selain untuk sarana hiburan, YouTube juga digunakan sebagai media pemasaran, salah satu dengan konten *web series*.

Web series merupakan konsep tayangan berseri yang diunggah melalui medium internet. *Web series* dipilih sebagai media promosi karena dapat mengampanyekan nilai dari sebuah merek.³ Contoh *web series* berjudul Sore yang disponsori oleh Tropicana Slim (*brand* pemanis bebas gula). *Web series* Sore memiliki sembilan episode dan masing-masing episode telah ditonton lebih dari satu juta penonton. Sore mengkampanyekan tentang pentingnya hidup sehat sebagai taktik *marketingnya*, serta produk Tropicana Slim sebagai konten promosinya.

Penayangan *web series* Sore di kanal YouTube Tropicana Slim pada 2017, menasar kalangan muda dan masyarakat luas yang mulai jarang menonton televisi dan lebih sering mencari hiburan lewat konten media digital, seperti YouTube. Pendekatan ini dapat meningkatkan *emotional value* antara *brand* dengan target pasarnya melalui *web series*. Penonton mendapat hiburan, sedangkan *brand* memperoleh peningkatan *awareness* pada produknya. Karena alasan ini pula, banyak perusahaan dan *brand* lain yang menggunakan *web series* sebagai wadah untuk mempromosikan produknya, salah satunya adalah *brand skincare*, Kahf.

³ Radja Erland Hamzah, "Web Series Sebagai Komunikasi Pemasaran Digital Traveloka", *Jurnal Pustaka Komunikasi*, vol. 1: 2 (Desember, 2018), hlm. 362.

Gambar 1.1: Thumbnail YouTube Kahfeveryday



Kahf memiliki kanal YouTube bernama Kahfeveryday yang telah dibuat pada 13 Agustus 2020 dengan *subscriber* sebanyak 30.800 pengguna.⁴ *Channel* ini telah mengunggah 283 video dengan berbagai macam jenis konten berbeda, seperti: iklan *television commercial* (TVC), dokumentasi, *talk show* dan *web series*. *Demi Masa* merupakan *web series* yang diproduksi oleh Kahf dan mulai tayang pada 2024 lalu. *Web series Demi Masa* mengkampanyekan pentingnya memanfaatkan waktu yang mengambil materi dari hadis riwayat Al-Hakim tentang memanfaatkan lima perkara sebelum tiba lima perkara lainnya, salah satu tema yang jarang dibahas dalam sebuah *web series*. Di setiap episodnya, diselipkan *product placement* Kahf yang bertujuan untuk memberi kesan bahwa dengan memakai produknya dapat memberi kesegaran dalam menjalani semua aktivitas sehingga bisa lebih fokus dan efektif dalam memanfaatkan waktu yang ada.

Isu mengenai pemanfaatan waktu sangatlah penting, sebab waktu merupakan sebuah hal fundamental bagi kehidupan manusia, meliputi segala aspek kehidupan. Meski begitu, waktu merupakan sumber daya terbatas dan

⁴ Profil YouTube Kahfeveryday, <https://www.youtube.com/@kahfeveryday>, diakses tanggal 26 Januari 2025

tidak dapat diperbarui. Manusia diberikan jumlah waktu yang terbatas, keberhasilan dan kualitas hidup tiap manusia ditentukan dari bagaimana cara dia menggunakan waktunya. Ketika waktu atau kesempatan-kesempatan tersebut telah hilang dan manusia tidak sempat mempergunakannya untuk kebaikan dirinya, maka yang tersisa hanyalah kerugian dan penyesalan. Melihat urgensi isu tersebut, *web series Demi Masa* dipilih sebagai subjek penelitian, sebab serial dari Kahf ini juga menyuarakan tentang pentingnya pemanfaatan waktu dengan baik, yang direpresentasikan dalam bentuk dialog dan adegan antar tokoh. Selain itu, pemilihan *web series Demi Masa* sebagai subjek penelitian adalah karena serial ini termasuk *web series* yang populer, tiap episodanya telah disaksikan lebih dari satu juta *views*. Rinciannya: episode 1 telah ditonton sebanyak 3.4 juta *views*, episode 2 sebanyak 1.4 juta *views*, episode 3 juga mencapai 1.4 juta *views*, episode 4 sebanyak 3.3 juta penonton, dan episode 5 sebanyak 3.7 juta penonton.⁵

Pada *web series Demi Masa*, terdapat pesan mengenai pentingnya memanfaatkan waktu, yang relevan dengan penelitian ini. Serial dari Kahf ini terinspirasi dari hadis riwayat Al Hakim tentang pentingnya memanfaatkan lima perkara sebelum kedatangan lima perkara. Dari Ibnu Abbas, Rasulullah bersabda:

إِعْتَمِمْ حَمْسًا قَبْلَ خَمْسٍ : شَبَابَكَ قَبْلَ هَرَمِكَ وَ صِحَّتَكَ قَبْلَ سَقَمِكَ وَ غِنَاكَ قَبْلَ فُقْرِكَ وَ فَرَاعَكَ قَبْلَ شُغْلِكَ وَ حَيَاتَكَ قَبْلَ مَوْتِكَ

⁵ Kahf Series – Demi Masa, <https://youtube.com/playlist?list=PLeqA6a31UDQ-IzAm7BJHtyF3ayhx89W9W&si=vsv1rH49LehoI9Qo>, diakses tanggal 5 Februari 2025.

ketika sehat secara fisik, psikis, sosial, dan spiritualitasnya.⁷

- Manfaatkan waktu hidup, sebelum tiba kematian

Kehidupan di dunia merupakan hal yang fana, semua makhluk akan berakhir ketika waktunya tiba, termasuk bagi manusia. Selama menjalani hidup manusia akan mendapatkan cobaan, berupa kebaikan dan keburukan. Hal ini sesuai dengan kalam Allah yang berbunyi: “*Setiap yang bernyawa akan merasakan kematian. Kami menguji kamu dengan keburukan dan kebaikan sebagai cobaan. Kepada Kami lah kamu akan dikembalikan.*” (QS. Al-Anbiya’: 34).⁸

Berangkat dari pembahasan tersebut, penulis hendak meneliti bagaimana representasi makna memanfaatkan waktu yang terdapat pada *web series Demi Masa*. Representasi merujuk pada bagaimana seseorang, suatu kelompok, gagasan, atau pendapat tertentu ditampilkan dalam suatu pesan media.⁹ Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes agar dapat menemukan dan memahami makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung dalam serial tersebut. Dalam penelitian ini, penulis hanya membahas isi kontan *web series Demi Masa* bagian pertama saja, dan tidak termasuk aspek kampanye iklannya, karena antara bagian pertama (episode 1-3) dan bagian kedua (episode 4-5) memiliki perbedaan pada topik cerita, latar tempat dan waktu yang berbeda.

⁷ Achmad Fuadi Husin, “Islam dan Kesehatan”, *Islamuna*, vol 1: 2, (Desember, 2014), hlm. 195.

⁸ Al-Qur’an, 21: 35, <https://quran.nu.or.id/al-anbiya/35>, diakses tanggal 30 Oktober 2024.

⁹ Sri Wahyuningsih, *Film dan Dakwah Memahami Representasi Pesan-Pesan Dakwah dalam Film Melalui Analisis Semiotik* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 45.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang hendak penulis kaji adalah bagaimana makna memanfaatkan waktu yang terdapat dalam *web series Demi Masa*, serta bagaimana makna memanfaatkan waktu tersebut direpresentasikan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna memanfaatkan waktu dan bagaimana makna tersebut direpresentasikan dalam *web series Demi Masa*, menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

Adapun kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengembangan keilmuan dalam topik komunikasi dan media masa. Khususnya mengenai representasi makna keagamaan yang terdapat dalam sebuah konten media.

2. Manfaat Praktis

Melalui hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangsih keilmuan bagi masyarakat pada umumnya, maupun mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya, sebagai bahan pembelajaran dan rujukan untuk penelitian mengenai representasi makna yang terkandung pada konten *web series*.

D. Kajian Pustaka

Pertama Skripsi Strata-1 UIN Sunan Kalijaga karya Aida Nurmajdina berjudul *Representasi Makna Taaruf pada Film Web Series Taaruf Rasa Pacaran di Channel Youtube Film MakerMuslim* tahun 2021.¹⁰ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi taaruf dalam *web series* yang menggunakan penelitian kualitatif-deskriptif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Subjek penelitian ini adalah film *web series Ta'aruf Rasa Pacaran*, sedangkan objeknya adalah representasi taaruf yang ditampilkan lewat adegan adegan dalam film *web series Ta'aruf Rasa Pacaran*. Persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai representasi suatu makna yang terdapat pada *web series* di *channel* YouTube. Adapun perbedaannya terletak pada *web series* yang dijadikan subjek, objek dan teknik analisis data. Lalu penelitian Aida Nurmajdina ini menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, sedangkan penulis saat ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

Kedua Skripsi Strata-1 UIN Syarif Hidayatullah karya Helen Sagita berjudul *Representasi Akhlak Mahmudah dan Mazmumah pada Web Series Sang Penghuni Surga* tahun 2021.¹¹ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pesan dakwah akhlak *mahmudah* dan *mazmumah* yang direpresentasikan dalam bentuk dialog dan adegan pada *web series Sang*

¹⁰ Aida Nurmajdina, *Representasi Makna Taaruf pada Film Web Series Taaruf Rasa Pacaran di Channel Youtube Film MakerMuslim*, Skripsi (Yogyakarta: KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2021).

¹¹ Helen Sagita, *Representasi Akhlak Mahmudah dan Mazmumah pada Web Series Sang Penghuni Surga*, Skripsi (Jakarta: KPI Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2021).

Penghuni Surga. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. *Web Series Sang Penghuni Surga* adalah subjek penelitian ini, adapun objeknya yaitu semua *scene* terkait *Akhlaq Mahmudah* dan *Mazmumah* pada *Web Series Sang Penghuni Surga*. Persamaan penelitian Helen Sagita dengan penulis adalah penggunaan teori representasi Stuart Hall dan studi pada *web series*. Perbedaannya terdapat pada penggunaan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, sedangkan penulis memakai analisis semiotika Roland Barthes. Perbedaan lainnya terdapat pada subjek, objek, dan tujuan penelitian.

Ketiga, Skripsi Strata-1 UIN Sunan Ampel karya Hanifah Nabila Dzikro berjudul *Simbol Pesan Hidup Sehat dalam Iklan Tropicana Slim melalui Web Series Sore (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)* tahun 2019.¹² Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami dan mendeskripsikan simbol dan makna simbol pesan hidup sehat pada iklan Tropicana Slim yang terdapat dalam *web series Sore*. Hanifah Nabila Dzikro menggunakan paradigma kritis sebagai pendekatan penelitiannya, serta memakai analisis semiotika Roland Barthes untuk mengetahui makna denotatif dan konotatif pada setiap adegan, dialog, dan simbol yang menggambarkan pesan hidup sehat di iklan Tropicana Slim versi *web series Sore*. Persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan analisis semiotika Roland Barthes dan subjek penelitiannya yang berupa *web series*. Adapun perbedaannya terdapat pada subjek, objek, dan

¹² Hanifah Nabila Dzikro, *Simbol Pesan Hidup Sehat dalam Iklan Tropicana Slim melalui Web Series Sore (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)*, Skripsi (Surabaya: Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, 2019).

jenis pendekatan penelitian yang dipakai. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis, sedangkan penulis memakai pendekatan kualitatif deskriptif.

Keempat artikel jurnal karya Diah Ayu Farida berjudul *Analisis Pesan Dakwah dalam Web Series Demi Masa di Kanal YouTube Kahfeveryday (Analisis Wacana Kritis)* dalam jurnal *Isolek* Vol. 2 / No. 02 tahun 2024.¹³

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pesan-pesan dakwah dalam *series Demi Masa*. Jurnal penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memakai analisis wacana kritis teori van Dijk. Hasil dari penelitian ini adalah wacana yang dihadirkan dalam serial *Demi Masa* dihadirkan dalam bentuk persuasif, sehingga menimbulkan kesadaran pentingnya memanfaatkan waktu. Persamaan dengan penelitian ini terdapat pada metode penelitian deskriptif kualitatif, serta kesamaan dalam subjek & objek, dan sumber data yang digunakan, yakni pesan dakwah dalam *web series Demi Masa* di kanal YouTube Kahfeveryday. Perbedaannya, terletak pada teknik analisis yang digunakan. Diah Ayu Farida memakai analisis wacana kritis teori van Dijk, sedangkan penulis menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

Kelima artikel jurnal karya M. Ibrahim Prawiranegara dan Djujur Luciana Radjagukguk yang berjudul *Representasi Sikap Pantang Menyerah dalam Iklan Web Series Milenial "Males Jadi Milineur pada Kanal Youtube Smartfren Super 4G Kuota (Analisis Semiotika Roland Barthes)* dalam jurnal

¹³ Diah Ayu Farida, "Analisis Pesan Dakwah dalam Web Series Demi Masa di Kanal YouTube Kahfeveryday (Analisis Wacana Kritis)", *Jurnal ISOLEK*, vol. 2: 2 (September, 2024).

Magenta, *STMK Trisakti* Vol. 4 / No. 02 tahun 2020.¹⁴ Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana representasi sikap pantang menyerah yang terdapat dalam iklan *web series Milenial “Males” Jadi Miliuner*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif-deskriptif, serta menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Subjek penelitian ini adalah *web series Milenial “Males” Jadi Miliuner*, Adapun objek berupa setiap *scene* dari beberapa adegan serial *Milenial “Males” Jadi Miliuner*. Dalam pengumpulan data, M. Ibrahim Prawiranegara dan Djujur Luciana Radjaguguk melakukan wawancara dengan *scripwriter Milenial “Males”*. Dari penelitian ini diketahui bahwa terdapat tanda-tanda dan makna dari sikap pantang menyerah yang terdiri atas empat unsur, yaitu: berfikir positif, siap menghadapi tantangan, percaya diri, dan pandai bersyukur. Persamaan penelitian ini dengan penulis terdapat pada metode penelitian kualitatif-deskriptif, tujuan penelitian tentang representasi suatu makna yang terdapat pada *web series*, serta penggunaan analisis semiotika Roland Barthes, sedangkan perbedaannya, terletak pada subjek dan objek penelitian.

E. Kerangka Teori

1. Representasi

Representasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti: perbuatan mewakili, keadaan diwakili, dan perwakilan.

¹⁴ M. Ibrahim Prawiranegara dan Djujur Luciana Radjaguguk, “Representasi Sikap Pantang Menyerah dalam Iklan Web Series Milenial “Males Jadi Miliuner pada Kanal Youtube Smartfren Super 4G Kuota (Analisis Semiotika Roland Barthes)”, *Jurnal Magenta, STMK Trisakti*, vol. 4: 2 (Juli, 2020).

Representasi merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk memahami makna dan pemahaman tentang budaya di dunia. Makna dan pemahaman ini diwujudkan dalam bentuk simbol, gambar, atau tanda.

Makna representasi ini terhubung melalui dua komponen penting, yaitu dalam konsep pikiran dan bahasa.¹⁵

Menurut sosiolog Stuart Hall,¹⁶ menyebutkan bahwa terdapat tiga teori utama dalam representasi, sebagai berikut:

a. *Reflective Theory*

Pendekatan ini menganggap representasi sebagai sebuah cerminan langsung dari realita. Makna dan simbol yang terdapat pada objek, manusia, ide, atau kejadian di dunia nyata, dianggap refleksi sebenarnya dari realitas tersebut.

b. *Intentional Theory*

Pada pendekatan ini menekankan bahwa representasi tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga membentuknya. Bahasa atau simbol merupakan perwujudan makna dari pembuat pesan.

Makna dari sebuah simbol atau bahasa tersebut bisa memiliki arti berbeda tergantung maksud dari sang pembuat pesan.

¹⁵ Ivana Grace Sofia Radja dan Leo Riski Sunjaya, "Representasi Budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall", *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 2: 3, (Agustus, 2024), hlm.15.

¹⁶ Ruviva Arindita, "Representasi Ibu Ideal pada Media Sosial, (Analisis *Multimodality* pada Akun Instagram @andienippeka)", *Journal Komunikasi Global*, vol: 6: 2 (2017), hlm. 136.

c. *Constructionist Theory*

Pendekatan konstruksionis berusaha mengungkap pemaknaan melalui kekuatan sosial dari bahasa. Pendekatan ini memiliki pandangan bahwa makna tidak hanya dipindahkan dari realitas ke dalam bahasa, tetapi makna bisa dikonstruksi kembali dalam dan melalui bahasa.

Dalam representasi konstruksionis, Hall menggunakan dua pendekatan untuk mengujinya, yaitu pendekatan diskursif dan pendekatan semiotik. Dalam pendekatan diskursif, makna dibentuk oleh wacana bukan melalui bahasa. Kedudukan wacana atau topik jauh lebih luas dari bahasa. Karena itu, wacana yang dihasilkan dari perbincangan banyak orang yang berinteraksi dalam kelompok masyarakat dapat menentukan makna dari suatu kultur, dan proses pertukaran wacana tersebut juga menentukan kultur itu sendiri. Sedangkan, dalam pendekatan semiotika akan memaparkan mengenai kemunculan suatu tanda dan makna dalam bahasa.¹⁷

Pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan semiotika dari teori konstruksionis untuk meneliti representasi pesan memanfaatkan waktu yang terdapat dalam *web series Demi Masa*. Representasi di serial ini diketahui dari bentuk tanda dan bahasa yang terdapat dalam setiap dialog, adegan dan ekspresi tiap tokoh.

¹⁷ Zahrofah Fadhella Nindra, *Representasi Kecantikan dalam Iklan Rejoice Rich 3in1 Versi Kiky Saputri: Rambut No Drama (Analisis Semiotika John Fiske)*, Skripsi (Yogyakarta: Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, 2024), hlm. 18.

2. Makna

Konsep makna (*meaning*) merupakan pembahasan yang kompleks dan sulit didefinisikan secara pasti, karena dalam setiap tanda atau lambang, bisa memiliki arti yang berbeda dan tidak sesuai dengan maksud sebenarnya. Para filsuf dan linguis berusaha menjelaskan istilah makna dengan tiga hal: mengartikan makna kata secara natural, menguraikan kalimat secara alamiah, dan menjelaskan makna dalam proses komunikasi. Menurut Kempson, dalam menjelaskan istilah makna perlu memerhatikan kata, kalimat, dan kebutuhan pembicara untuk berkomunikasi.¹⁸ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata makna didefinisikan sebagai sebuah arti, maksud pembicara atau penulis, dan pengertian yang diberikan kepada suatu bentuk kebebasan.

R. Brown mengartikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk memakai atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Makna suatu kata atau kalimat tidaklah statis, tetapi bersifat dinamis dan bergantung pada bagaimana seseorang memahami kata atau kalimat tersebut dalam berbagai konteks. Sebuah kata tidak memiliki makna dengan sendirinya, tetapi manusialah yang memberikan makna kepada kata. Makna yang diberikan pada sebuah kata bisa memiliki arti yang berbeda, bergantung pada konteks ruang dan waktu, latar belakang sosial budaya serta tujuan atau kepentingan si pemberi makna. Brown menambahkan bahwa seseorang mungkin akan menghabiskan masa-

¹⁸ Mansoer Pateda, *Semantik Leksial*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 79.

masa produktifnya untuk menguraikan makna suatu kalimat tunggal dan berujung pada kegagalan. Konsep makna itu sendiri dapat memiliki berbagai arti tanpa ada satu makna pun yang lebih benar dibanding makna lainnya.¹⁹

Makna dapat digolongkan ke dalam dua hal, makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif merupakan makna yang sebenarnya (faktual), seperti arti kata dalam sebuah kamus. Makna denotatif adalah makna yang paling inti dari suatu kata dan bersifat objektif, tanpa tambahan interpretasi atau perasaan pribadi. Karena itu, makna denotatif lebih bersifat publik, dapat dipahami dan diterima secara luas oleh masyarakat pengguna bahasa, terlepas dari perbedaan latar belakang dan pengalaman pribadi mereka. Sedangkan makna konotatif adalah makna tambahan yang melekat pada suatu kata. Makna konotatif bersifat pribadi dan subjektif, artinya makna ini dapat memiliki arti berbeda-beda bagi tiap individu, hal ini terjadi akibat pengaruh perbedaan pengalaman, perasaan, dan latar belakang seseorang. Karena pengaruh faktor-faktor pribadi tersebut, makna konotatif cenderung lebih bersifat subjektif dan melibatkan emosional dibandingkan makna denotatif. Sebagai contoh, secara denotatif, ayah bermakna seorang pria yang menjadi orang tua kandung laki-laki dari seorang anak. Lalu secara konotatif, Bagi anak dalam sebuah keluarga bahagia, ayah bisa memiliki arti perlindungan,

¹⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Rosdakarya, 2023), hlm. 321.

keamanan, ketegaran, dan kasih sayang. Namun, bagi anak lain dalam keluarga *broken home*, ayah boleh jadi bermakna penderitaan, kekerasan, kekejaman, dan kebencian, karena si ayah memiliki sifat dan kelakuan yang buruk, misalnya suka berjudi, menyiksa istri, dan menelantarkan keluarganya.²⁰

3. Konsep Memanfaatkan Waktu

Memanfaatkan waktu terdiri dari kata dasar manfaat dan waktu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) manfaat memiliki arti guna, faedah dan laba, untung, sedangkan waktu merupakan seluruh rangkaian saat ketika proses, perbuatan atau keadaan berada atau berlangsung. Secara istilah memanfaatkan waktu dapat dipahami sebagai menggunakan atau memaksimalkan setiap proses, perbuatan, atau keadaan yang berlangsung untuk mendapatkan keuntungan.

Konsep memanfaatkan waktu erat kaitannya dengan konsep manajemen waktu. Davidson mengungkapkan bahwa manajemen waktu merupakan upaya mempergunakan waktu dengan baik, sehingga seseorang dapat menyelesaikan suatu hal dengan lebih cepat dan tepat. Orr menyampaikan bahwa manajemen waktu sebagai kemampuan untuk mempergunakan waktu dengan lebih efektif dan efisien agar mendapatkan keuntungan penuh. Berbeda dari pendapat sebelumnya, Tracy mendefinisikan manajemen waktu sebagai manajemen personal, pengelolaan hidup, dan mengatur diri sendiri. Dari beberapa definisi

²⁰ Ibid, hlm. 322.

tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen waktu adalah bagaimana waktu dimanfaatkan secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan-tujuan tertentu dalam kehidupan, baik untuk tujuan dalam rentang pendek, maupun tujuan jangka panjang, termasuk tujuan kehidupan di akhirat.²¹

Manajemen waktu meliputi perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan produktivitas waktu. Melalui pengelolaan waktu yang tepat seseorang dapat memilih menjalankan aktivitas sesuai dengan kepentingan, prioritas maupun manfaatnya, sekaligus menghindari kesibukan yang tidak diperlukan. Waktu merupakan komoditas berharga yang dapat diinvestasikan ke dalam berbagai hal. Karena sifatnya yang terbatas, waktu menjadi sangat esensial bagi semua orang dalam menentukan hasil yang akan diraih. Waktu memiliki beberapa karakteristik yaitu: pertama, waktu bersifat cepat berlalu. Kedua, waktu yang telah lewat tidak dapat terulang dan tergantikan. Ketiga, waktu adalah aset termahal, karena sifatnya yang terbatas.²²

Dalam Islam, kewajiban setiap muslim terhadap waktu dijelaskan dalam QS. Al-Munafiqun, ayat 9-10. Pertama, menjaga manfaat waktu selayaknya menjaga hartanya, bahkan harus lebih. Kedua, tidak menyia-nyiaikan waktu yang ada. Ketiga, mempergunakan waktu luang dengan aktivitas yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun masyarakat.

²¹ Dwi Nugroho Hidayanto, *Manajemen Waktu: Filosofi Teori Implentasi*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 13

²² Ahmad Sabri, "Pengelolaan Waktu dalam Pelaksanaan Pendidikan Islam", *Jurnal Al-Ta'lim*, vol 1: 6 (November, 2012), hlm. 181

Keempat, selalu berlomba-lomba dalam meraih kebaikan. Kelima, selalu belajar dari pengalaman hidup dari waktu ke waktu.²³

Manusia yang mengetahui pentingnya memanfaatkan waktu tidak akan menganggap bahwa kehidupan dunia bakal berlangsung selamanya. Karena itu, dia akan mempergunakan waktunya dengan baik dengan aktivitas yang bermanfaat bagi dirinya, serta memperbanyak amal dan ibadahnya sebagai bekal akhirat dengan penuh kesungguhan, seolah-olah dirinya akan meninggal esok hari. Dalam menyikapi waktu, Islam juga memiliki pandangan yang mencakup masa lalu, masa sekarang, dan masa depan. Melihat masa lalu ditujukan unruk mengambil pelajaran dari setiap peristiwa yang telah terjadi. Memandang masa depan, sebagai tindakan mempersiapkan rencana hidup mendatang, termasuk bekal akhirat. Serta memperhatikan masa kini dengan menjalani kehidupan dan mempergunakan waktu dengan baik, sebelum lepas dan tersia-sia.²⁴

4. Web Series

Web series merupakan tayangan program serial yang distribusinya berbasis internet, baik dari *website* produsen *web series* itu sendiri atau situs berbasis konten video, seperti YouTube maupun platform *streaming* lain.²⁵ Menurut Gandakusumah & Rachmawati, *web series* adalah sebuah tayangan di internet dalam bentuk cuplikan film, durasi tiap

²³ Ibid

²⁴ Ibid, hlm. 184.

²⁵ Mila Syafira Rizki, dkk., "Perilaku Positif pada Komunikasi Antarpribadi dalam Tayangan Web Series Janji (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)", *Jurnal Komunikatio*, vol. 6: 2 (Oktober, 2020), hlm. 61.

episode tergolong pendek. Jika diobservasi, serial web memiliki kemiripan dengan format sinetron di TV. Perbedaannya, terletak pada alur cerita *web series* yang ceritanya terkonsep dan durasi lebih pendek, tidak seperti sinetron yang alurnya panjang.²⁶ Sebelumnya, konsep serial video dengan plot cerita pendek disebut *webisode*. Menurut Williams, *webisode* merupakan serial yang ceritanya terbagi dalam beberapa bagian dengan durasi pendek, hanya beberapa menit, serta memiliki akhir menggantung di setiap episode. Terkait ceritanya, banyak *webisode* yang menggunakan inspirasi karakter dan materi cerita berdasarkan kehidupan sehari-hari. Seiring waktu, istilah *webisode* berkembang dan kini lebih dikenal sebagai *web TV series* atau *web series*.²⁷

Web series bisa berkembang berkat adanya teknologi dan internet. Dulu ketika seseorang ingin memasarkan karya audio-visualnya, pilihan media publisitasnya sangatlah terbatas. Hanya orang dengan modal besar atau koneksi ke penguasa media yang bisa bebas merilis idenya, seperti *production house* (PH) dan saluran televisi. Namun, seiring perkembangan teknologi informasi, munculah alternatif media untuk mengekspresikan diri dan karya, salah satunya melalui YouTube. Dengan adanya opsi baru ini, lahirlah aktivitas mengunggah video di saluran-saluran mandiri. Materi yang ditampilkan juga beragam, mulai

²⁶ Sinta Lestari, "Youtube Web Series in the Film Industry in Indonesia", *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 14: 1 (Juni, 2022), hlm. 2

²⁷ Iqbal Alfajri, dkk., "Analisis Web Series dalam Format Film Pendek (Studi Kasus Malam Minggu Miko Episode Nissa)", *Wimba, Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, vol. 6: 1 (2014), hlm. 28.

dari hasil produksi profesional dengan budget besar hingga dokumentasi yang bersifat pribadi.²⁸

Seiring perkembangannya, *web series* tidak hanya terbatas sebagai media hiburan semata. Banyak sekali *brand* yang menggunakan *web series* sebagai media periklanan baru. Mereka mempromosikan mereknya dengan menyisipkan produknya (*product placement*), berupa pencantuman produk, nama merek, atau nama perusahaan di dalam *web series*. Cara seperti ini sebelumnya biasa diterapkan pada film dan program televisi. Menurut Monaghan, *web series* dapat menjadi “revolusi” atau cara terbaru untuk mengiklankan jenama tertentu, yaitu dengan mengeksplor tema-tema beragam, yang selama ini tidak tersentuh di industri televisi.²⁹

Meski begitu, nilai utama dari *web series* dibanding format media konvensional seperti televisi dan film bioskop adalah aksesibilitas dan fleksibilitasnya. Karena berbasis situs web, *web series* bisa diakses kapan saja dan di mana saja melalui berbagai gawai, selama tersambung internet. Selain itu, berbeda dengan industri televisi dan film, pembuat *web series* memiliki kebebasan lebih untuk bereksperimen pada tema dan pendekatan cerita. Dengan adanya kebebasan ini, memungkinkan para

²⁸ Ibid

²⁹ Cokki, dkk., “Transformasi Digital Merek- Merek Indonesia dalam Bentuk Penempatan Produk pada Web Series di Situs Web Youtube”, *DeReMa Jurnal Manajemen*, vol. 14: 1 (Mei, 2019), hlm. 156.

kreator untuk mengangkat tema atau isu tertentu yang selama ini tidak laku atau tidak dapat ditayangkan di televisi atau bioskop tradisional.³⁰

5. Tinjauan Semiotika Roland Barthes

a. Pengertian Semiotika

Semiotika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti tanda. Definisi mengenai arti sebuah tanda terbentuk atas kesepakatan sosial yang dianggap mewakili sesuatu yang lain.. Adapun secara terminologi, semiotika dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari sederatan luas objek-objek, peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Penerapan tanda banyak terjadi dalam kehidupan sosial kita, contohnya ketika ada pemasangan janur kuning menandakan ada yang sedang menggelar “hajatan” perkawinan. Lalu, kalau yang dipasang bendera warna kuning, pertanda ada kematian.³¹

Pada dasarnya, semiotika dijadikan sebagai upaya untuk merasakan fenomena yang tidak biasa, sesuatu yang perlu dipertanyakan lebih lanjut ketika membaca teks, narasi atau wacana tertentu, karena semiotika berupaya menemukan makna tersembunyi di balik sebuah narasi itu sendiri. Hal ini cocok digunakan sebagai studi media massa, kita bisa mengajukan pertanyaan, misalnya mengenai penggunaan frase, istilah, atau frame tertentu yang

³⁰ Fahem, dkk., “The Role of Digital Narratives in Shaping Modern Storytelling: Analyzing Web Series and Interactive Fiction”, *Journal of Humanities, Health, & Social Science*, (September, 2024) hlm. 30.

³¹ Indiawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 7.

digunakan media massa, dalam penelitian ini pembuat *web series*. Kita bisa mengulik sebab, alasan, pertimbangan, latar belakang, dan tujuan media atau *creator* memakai penandaan tersebut.³²

Berger merangkum penjelasan mengenai makna semiotika sebagai berikut:

- 1) Semiotika memiliki *concern* pada bagaimana makna diciptakan dan disampaikan lewat teks dan khususnya melalui narasi (cerita).
- 2) Fokus perhatian semiotika adalah tanda yang ditemukan dalam teks. Tanda-tanda bisa dimengerti dengan adanya penanda dan petanda.

Tanda itu sendiri dalam semiotika dapat dimaknai sebagai segala sesuatu yang dapat diamati, atau dibuat teramati, merujuk pada objek dan interpretasinya. Umberto Eco menyebut tanda sebagai “kebohongan”, dalam tanda terdapat sesuatu yang tersembunyi di baliknya. Suatu yang tersembunyi itu adalah makna (*meaning*) yang dapat ditelusuri hubungan antara objek atau ide dengan suatu tanda.³³

b. Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes kerap menyebut semiotika sebagai semiologi. Menurutnya, semiologi hendak mengajarkan bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai berbagai hal (*things*). Dalam pandangannya,

³² Ibid, hlm. 8.

³³ Wahyuningsih, *Film dan Dakwah*, hlm. 71.

arti dari memaknai yaitu objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga menetapkan sistem terstruktur dari tanda.

Semiotika Roland Barthes mengacu pada Saussure dengan menelusuri hubungan antara penanda dan petanda. Hubungan antara penanda dan petanda ini bukanlah kesamaan (*equality*), tetapi ekuivalen atau saling berkolerasi. Barthes berpendapat seorang “pembaca” turut berperan pada pemaknaan sebuah tanda. Munculnya makna konotasi dari sebuah tanda memerlukan keaktifan pemahaman dari pembaca tanda.³⁴ Sedangkan, Saussure lebih tertarik pada bagaimana bentuk kalimat dapat menentukan makna, dia kurang tertarik pada fakta bahwa kalimat yang sama bisa memiliki makna yang berbeda bagi tiap orang dengan situasi yang juga berbeda.³⁵

Roland Barthes merancang gagasan interaktif bahwa makna bisa dianalisa. Gagasan inti tersebut dikenal dengan signifikansi dua tahap (*two order of signification*).

Tataran pertama signifikansi ini mendeskripsikan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Sederhananya, denotasi merupakan makna paling nyata (jelas) dari tanda. Misalkan ada foto sebuah jalanan, makna denotasi atau sebenarnya dari foto tersebut adalah sebuah jalan. Beda halnya ketika saat mengambil foto tersebut dengan

³⁴ Ibid, hlm. 78.

³⁵ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, terj. Irfan Ibrahim (Yogyakarta: Buku Litera, 2016), hlm. 99.

memakai teknik tertentu, foto berwarna yang menampilkan nuansa ceria dan hangat, atau memotret dengan warna hitam putih, kontras tinggi, fokus keras, dan dikonsepsi seolah jalanan tampak lengang. Kedua foto yang diambil pada momen identik bisa memiliki arti denotatif yang sama: foto jalanan, tetapi perbedaannya akan tampak pada makna konotatifnya.³⁶

Barthes menggunakan istilah konotasi untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua yang berkaitan dengan bentuk. Konotasi terjadi ketika ada interaksi antara tanda dengan perasaan atau emosi pengguna dengan latar belakang kebudayaan berbeda. Jika denotasi merupakan apa yang digambarkan tanda pada sebuah objek, konotasi adalah bagaimana cara menggambarkan maknanya.³⁷ Jika ibarat kamera, denotasi merupakan hasil foto, sedangkan konotasi adalah bagaimana proses foto tersebut tercipta, meliputi dari mengatur fokus, mengarahkan bidikan, *angle* kamera, hingga teknik yang digunakan dalam memotret.³⁸

Konotasi mempunyai makna subjektif atau paling tidak intersubjektif. Artinya, pemaknaan konotasi pada suatu tanda bisa berbeda bagi setiap orang, hal ini dipengaruhi oleh pengalaman, latar belakang, dan persepsi masing-masing individu. Meski subjektif, makna konotasi cenderung memiliki arti serupa bagi sekelompok

³⁶ Ibid, hlm. 100.

³⁷ Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, hlm. 22

³⁸ Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hlm. 101.

orang dengan latar belakang sama, karena berbagi pengalaman dan nilai-nilai yang sama. Konotasi seringkali tidak disadari dan disalahpahami sebagai fakta denotatif oleh “pembaca” tanda. Karena itu, salah satu tujuan analisis semiotika adalah untuk mengatasi terjadinya salah baca (*misreading*) atau salah dalam mengartikan makna suatu tanda.³⁹

Pada signifikansi tahap kedua yang berkaitan dengan isi, tanda dimaknai melalui mitos (*myth*). Jika konotasi merupakan tataran pemaknaan kedua dari *signifier* (penanda), maka mitos adalah tataran pemaknaan kedua dari *signified* (petanda). Lazimnya, istilah mitos digunakan oleh orang-orang yang tidak percaya. Sebaliknya, Barthes memakai istilah ini sebagai orang yang percaya. Mitos di masa lampau bercerita tentang kisah kehidupan dan kematian, manusia dan dewa-dewa, serta kebaikan dan keburukan. Sedangkan mitos saat ini membahas misalnya mengenai feminitas, maskulinitas, keluarga, kesuksesan, dan ilmu pengetahuan. Dalam hal ini, Barthes memaknai mitos sebagai cara kebudayaan menjelaskan atau memahami tentang realitas dan gejala alam yang terjadi di sekitar kita.⁴⁰

Mitos juga memiliki arti wadah perwujudan ideologi. Mitos dapat dirangkai menjadi mitologi yang bisa berperan untuk menyatukan kebudayaan. Umar Yunus menyebutkan bahwa mitos

³⁹ Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, hlm. 22

⁴⁰ Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hlm. 102

terbentuk oleh asumsi atau anggapan yang muncul dari khalayak umum. Anggapan tersebut lalu digeneralisasi, dianggap berlaku untuk semua kondisi sosial. Mitos terasa lebih hidup di masyarakat. karena persebarannya melalui cerita dari mulut ke mulut, seiring waktu karena banyak yang meyakini akhirnya berpengaruh pada prasangka kita terhadap suatu hal yang dinyatakan dalam mitos.⁴¹

Barthes menyatakan bahwa mitos bekerja untuk menaturalisasi sejarah. Hal ini menunjukkan bahwa mitos merupakan produk dari kelas sosial yang memperoleh dominasi berkat sejarah tertentu. Mitos memiliki pesan-pesan tersembunyi yang berkaitan dengan sejarah dan kekuasaan kelompok sosial yang menciptakannya. Penyebar mitos berusaha menutupi asal usul sebuah mitos dengan membuatnya seolah-olah seperti kebenaran atau sesuatu yang alami (natural).⁴²

Mitos dapat memistifikasi atau mengaburkan asal-usul dan aspek sosial atau politik, sehingga tidak bisa mengkritisi atau mempertanyakan sebuah kebenaran. Sebagai contoh, terdapat mitos bahwa wanita “secara alamiah” dianggap lebih penyayang ketimbang laki-laki, sehingga tempat alamiah wanita adalah di rumah, merawat anak dan melayani suami, sedangkan laki-laki “secara alamiah” berperan sebagai kepala keluarga, pencari nafkah. Pembagian peran berdasarkan gender ini kemudian membentuk unit sosial paling alami,

⁴¹ Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, hlm. 22

⁴² Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hlm. 104.

yakni keluarga. Penyebaran pemaknaan ini kemudian membentuk mitos yang mengaburkan asal-usul historis makna itu sendiri, sehingga tampak seolah mitos peran perempuan atau laki-laki di keluarga sebagai sebuah ketetapan (kodrat) dan tidak boleh diubah sama sekali.⁴³

Mitos sangat efektif dalam menaturalisasi makna dengan menghubungkan makna dengan beberapa aspek realita kehidupan. Konsep yang membentuk mitos-mitos tentang maskulinitas, femininitas, dan keluarga telah berkembang luas bukan secara natural, tetapi akibat sistem sosial yang dibuat untuk melayani kepentingan sekelompok golongan dengan kelas ekonomi dan sosial tinggi. Meski begitu, tidak ada satupun mitos kebudayaan yang bersifat universal. Terdapat mitos dominan yang menjadi keyakinan terbesar, serta ada juga mitos yang berlawanan.⁴⁴

Aspek lain dari mitos yang dinyatakan oleh Barthes adalah dinamisannya. Mitos mengalami perubahan dan beberapa mitos dapat berubah dengan cepat, terutama ketika terjadi perubahan besar dalam masyarakat atau munculnya ide-ide baru yang menentang mitos lama. Perubahan mitos diperlukan agar bisa tetap relevan dengan nilai-nilai kebudayaan di mana mitos tersebut berada.⁴⁵

⁴³ Ibid, hlm. 105

⁴⁴ Ibid, hlm. 106

⁴⁵ Ibid, hlm. 107

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang hasilnya disajikan dalam bentuk naratif. Bogdan dan Taylor mengartikan penelitian kualitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, ucapan, dan perilaku orang-orang yang dapat diamati.⁴⁶ Jenis penelitian yang digunakan adalah kajian observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Pada penelitian ini akan berfokus untuk mengungkapkan makna pentingnya memanfaatkan waktu yang terkandung pada tiap *scene* di *web series Demi Masa*.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah *web series Demi Masa* bagian pertama (episode 1-3) yang tayang di kanal YouTube Kahfeveryday mulai tanggal 15 Maret 2024. Durasi setiap di episode *web series* ini berbeda-beda, episode 1 durasi 14:48 menit, episode 2 durasi 13:18 menit, dan episode 3 durasi 17:43 menit. Adapun objek penelitiannya adalah total 16 *scene* (dari total 40 *scene*) yang menunjukkan representasi makna memanfaatkan waktu yang terdapat pada *web series Demi Masa*.

⁴⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 4.

3. Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang didapatkan peneliti langsung dari hasil lapangan.⁴⁷ Data utama dalam penelitian ini adalah 16 *scene* yang terdapat pada *web series Demi Masa* bagian pertama (*part 1*). Tepatnya pada lima *scene* di episode 1 (3:24 menit), enam *scene* di episode 2 (6:12 menit), dan lima *scene* di episode 3 (6:31 menit).

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk memperkuat sumber data utama. Data sekunder berasal dari sumber data yang diperoleh secara tidak langsung, berupa data yang sudah ada dari penelitian sebelumnya⁴⁸. Data yang digunakan sebagai data pendukung merupakan data yang masih relevan dengan topik dan fokus penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal, buku, skripsi dan artikel terkait tema penelitian, yaitu representasi, *web series*, dan semiotika Roland Barthes.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis produk media berupa *web series*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), hlm. 225.

⁴⁸ Ibid

penelitian ini adalah dokumentasi. Teknik dokumentasi dapat dipahami sebagai proses menelaah dokumen yang dianggap relevan dengan penelitian. Pencarian data menggunakan dokumentasi dapat dilakukan dengan pembuktian fisik yang dapat diterima panca indera, seperti: tulisan, gambar, dan lisan. Serta dengan bantuan teknologi dokumentasi berupa rekaman suara, foto, atau audio visual yang menjadi bukti yang dapat dianalisis dalam sebuah penelitian.⁴⁹

Data dalam penelitian ini berasal dari konten video yang terdapat pada kanal Youtube Kahfeveryday. Kegiatan dokumentasi dalam penelitian ini adalah pengamatan pada konten *web series Demi Masa*, membuat transkrip (tulisan) dari dialog-dialog yang relevan, mengambil tangkapan layar (*screenshot*) dari adegan-adegan penting yang mengandung simbol visual, menulis catatan deskriptif mengamati dalam setiap adegan yang diamati, serta mengelola semua data tersebut ke dalam bentuk tabel analisis.

Dalam penelitian ini, penulis membatasi fokus penelitian pada tiga episode awal (*part satu*) di *web series Demi Masa*, karena pada bagian pertama (episode 1-3) dan bagian kedua (episode 4-5) memiliki topik cerita serta latar tempat dan waktu yang berbeda. Episode 1-3 mengisahkan tentang keseharian para tokoh saat masih di perantauan dan aktivitas di bengkel selama bulan Ramadan hingga Idulfitri, sedangkan

⁴⁹ Muh. Fitrah & Luthfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*, (Sukabumi: CV. Jejak, 2017), hlm. 17.

episode 4-5 memiliki latar tempat saat tokoh utama pulang kampung, serta latar ceritanya berada di momen Iduladha. Adapun tiga episode yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

- Episode 1: Lapang Sebelum Sempit
- Episode 2: Sehat Sebelum Sakit
- Episode 3: Hidup Sebelum Mati

5. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya adalah analisis data. Secara umum, analisis data dapat dipahami sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam sebuah pola, kategori, dan satuan penjelasan dasar sehingga dapat menemukan tema dan dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁵⁰

Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi konten berupa data deskriptif yang dianalisis isi kontennya dengan menggunakan teknik analisis data semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna memanfaatkan waktu yang direpresentasikan di tiap scene adegan, dialog dan visual pada tiga episode *web series Demi Masa*. Pada teknik analisis semiotika Roland Barthes terdapat dua tingkatan pemaknaan (*two order of signification*). Tahapan pertama, denotasi merupakan makna yang sudah jelas diketahui oleh masyarakat umum. Tahapan kedua terbagi atas dua hal, berkaitan dengan bentuk yang disebut konotasi dan berhubungan dengan isi yaitu mitos. Konotasi merupakan makna kiasan dari sebuah

⁵⁰ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 280.

tanda. Lalu mitos adalah gagasan yang melegitimasi sesuatu, mendorong untuk percaya bahwa gagasan tersebut alami, bukan hasil konstruksi sosial.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang disajikan dalam penelitian ini akan menguraikan satu per satu hal yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun susunan atau sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB PERTAMA adalah pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB KEDUA berisi gambaran umum tentang subjek penelitian ini, yakni *web series Demi Masa*, yang membahas tentang profil *web series Demi Masa*, sinopsis, serta tokoh dan karakter yang ada di *web series Demi Masa*.

BAB KETIGA adalah pembahasan. Bab ini berisi uraian pembahasan mengenai hasil penelitian tentang representasi makna memanfaatkan waktu yang terdapat pada *web series Demi Masa* episode 1-3.

BAB KEEMPAT adalah penutup. Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian, saran-saran, dan kata penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti tentang representasi makna memanfaatkan waktu dalam *web series Demi Masa* dengan analisis semiotika Roland Barthes, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dalam *web series Demi Masa* mempunyai pesan utama untuk memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin. Makna memanfaatkan waktu di *web series Demi Masa part satu* dalam penelitian ini terdapat pada 16 *scene* yang terkandung pada episode 1-3. Setiap episodenya memiliki pemaknaan memanfaatkan waktu yang berbeda, berupa: memanfaatkan waktu luang sebelum tiba waktu sempit (sibuk), memanfaatkan waktu sehat sebelum tiba waktu sakit, dan memanfaatkan waktu hidup sebelum tiba kematian.

Representasi makna memanfaatkan waktu dalam *web series Demi Masa* terkandung dalam setiap visual, dialog dan adegan dari para karakter. Dalam episode pertama, menggambarkan tentang pentingnya mengerjakan sesuatu selagi memiliki waktu yang lapang, karena jika telah memiliki kesibukan lain akan menambah pekerjaan, memecah fokus, dan membebani diri sendiri. Hal ini digambarkan lewat adegan dari karakter utama yang awalnya diperlihatkan menerima *job* tanpa memperhatikan batas kemampuannya, akibatnya pekerjaannya yang menjadi tertunda dan melupakan prioritas lainnya.

Lalu pada episode kedua, menjelaskan tentang pentingnya memanfaatkan waktu sehat, sebelum tiba waktu sakit. Ketika tubuh sehat, seseorang bisa memberikan performa terbaik dalam bekerja dan menjalani aktivitas apapun. Karena itu, upaya untuk menjaga kesehatan, seperti rutin berolahraga, istirahat cukup, dan menjaga pola makan sehat sangatlah penting. Makna ini diperlihatkan dalam adegan saat karakter utama mengabaikan pencegahan penyakit (melalui olahraga). Ketika penyakitnya kambuh, dirinya baru menyadari bahwa menjaga kesehatan adalah hal yang utama.

Kemudian pada episode tiga, memberi pelajaran tentang pentingnya menghargai kehidupan. Saat menjalani kehidupan, seseorang perlu memanfaatkan masa yang tersedia (tersisa) dengan memperbanyak amal baik kepada sesama dan menjalankan kewajiban agama (beribadah). Tidak ada seorang pun yang yang tahu mengenai ajal setiap manusia, karena itu perlu menyiapkan bekal amal selama hidup untuk menghadapi akhirat kelak. Makna ini diwakilkan dalam bentuk adegan dan dialog saat ayah dari karakter utama mengalami serangan jantung dan harus dibawa ke rumah sakit, menunjukkan bahwa kehidupan makhluk hidup adalah hal fana, yang bisa hilang sewaktu-waktu.

Secara keseluruhan, *web series Demi Masa* merepresentasikan makna memanfaatkan waktu dalam berbagai bentuk kehidupan. Mulai dari hal bersifat pribadi, seperti mengenali batas kemampuan diri sendiri, berolahraga rutin dan beribadah dengan taat, hingga hal yang bersifat sosial, seperti bersikap baik dan saling menolong antara sesama. Selain itu, melalui *web series Demi Masa*,

pesan dari sebuah hadis menjadi lebih relevan dan mudah dipahami, serta menjangkau lebih banyak *audience*, karena memiliki kedekatan personal dengan realita yang berada di masyarakat.

B. Saran

Ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan agar menjadi bahan pertimbangan, sebagai berikut:

1. Bagi para sineas dan pembuat konten *web series*, konten yang ada di media layanan *streaming* video (OTT) telah berkembang pesat dan banyak dinikmati, salah satunya dalam format *web series*. Diharapkan untuk selalu mengasah kreativitas dan memberikan tontonan berkualitas dari segi aspek narasi dan visualnya. Terkhusus para sineas muslim, *web series* dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah kontemporer, sehingga dapat menjangkau khalayak lebih luas yang selama ini kurang atau belum tertarik dengan konten dakwah islami.
2. Bagi khalayak umum, perlu memperhatikan dalam memilih serial yang akan ditonton atau direkomendasikan ke orang lain. Dibutuhkan pemahaman mengenai hal baik dan buruk yang terkandung dalam sebuah *web series*. Selain itu, sebagai penonton perlu mengapresiasi sebuah karya dengan cara menontonnya di situs aslinya, bukan *platform* pengunggah ulang. Serta jika konten tersebut memiliki pesan moral yang baik, perlu untuk menyebarkanluaskannya agar pesan baiknya dapat diresapi dan diamalkan oleh banyak orang.

3. Bagi akademisi, penelitian ini terbatas pada ranah kajian semiotika pada *web series*. Sementara kajian komunikasi lain, seperti: kajian media massa, penerimaan respon *audience*, analisis konten, dan aspek lain, tidak termasuk dalam kajian penulis. Karena itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dari sudut pandang lain dan analisis kajian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Idris, حديث اغتتم خمسا قبل خمس, <https://islamonline.net/-حديث-اغتتم-خمسا-قبل-خمس/> diakses tanggal 13 Juni 2024.
- Al-Qur'an, 21: 35, <https://quran.nu.or.id/al-anbiya/35>, diakses tanggal 30 Oktober 2024.
- Alfajri, Iqbal, dkk., “Analisis Web Series dalam Format Film Pendek (Studi Kasus Malam Minggu Miko Episode Nissa)”, *Wimba, Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, vol. 6: 1, 2014.
- Arindita, Ruviva, “Representasi Ibu Ideal pada Media Sosial, (Analisis *Multimodality* pada Akun Instagram (@andienipekawa)”, *Journal Komunikasi Global*, vol: 6: 2, 2017.
- Ayunda, Winda, dkk., “Budaya Jawa dalam Film Primbon: Analisis Representasi Stuart Hall”, *ALFABETA*, vol. 7: 2, 2024.
- Cokki, dkk., “Transformasi Digital Merek- Merek Indonesia dalam Bentuk Penempatan Produk pada Web Series di Situs Web Youtube”, *DeReMa Jurnal Manajemen*, vol. 14: 1, 2019.
- Dzikro, Hanifah Nabila, *Simbol Pesan Hidup Sehat dalam Iklan Tropicana Slim melalui Web Series Sore (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)*, Skripsi, Surabaya: Ilmu Komunikasi Fakultass Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel, 2019.
- Fahem, dkk., “The Role of Digital Narratives in Shaping Modern Storytelling: Analyzing Web Series and Interactive Fiction”, *Journal of Humanities, Health, & Social Science*, 2024.
- Farida, Diah Ayu, “Analisis Pesan Dakwah dalam Web Series Demi Masa di Kanal YouTube Kahfeveryday (Analisis Wacana Kritis)”, *Jurnal ISOLEK*, vol. 2: 2, 2024.
- Fiske, John, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, terj. Irfan Ibrahim, Yogyakarta: Buku Litera, 2016.
- Fitrah, Muh. dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*, Sukabumi: CV. Jejak, 2017.
- Hamzah, Radja Erland, “Web Series Sebagai Komunikasi Pemasaran Digital Traveloka”, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, vol. 1: 2 (Desember, 2018)

- Harmandini, Felicitas, “Bintang Onde Mande! Shahabi Sakri Rela Tinggalkan Pekerjaan sebagai Lawyer untuk Jadi Aktor”, <https://www.pejuangkantoran.com/sosok/8379216936/bintang-onde-mande-shahabi-sakri-rela-tinggalkan-pekerjaan-sebagai-lawyer-untuk-jadi-aktor>, diakses tanggal 18 Desember 2024
- Harnonis, Hutri Dirga, “Brand Skin Care Pria Kahf Rilis Series Ramadan Dibintangi Bryan Domani”, <https://kumparan.com/kumparanwoman/brand-skin-care-pria-kahf-rilis-series-ramadan-dibintangi-bryan-domani-22MqAHYfgXH/1>, diakses tanggal 30 September 2024.
- Hidayanto, Dwi Nugroho, *Manajemen Waktu: Filosofi Teori Implentasi*, Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Huma Ark, “Gym for Actors, Pangampu Aditya Lakon”, @humark https://www.instagram.com/humaark/p/C9WQfd1yDba/?img_index=2, diakses tanggal 18 Desember 2024.
- Husin, Achmad Fuadi, “Islam dan Kesehatan”, *Islamuna*, vol 1: 2, 2014.
- IDFilmCenter, <https://www.indonesianfilmcenter.com/profil/index/director/21571/fajar-nugra>, diakses tanggal 18 Desember 2024.
- Iskandar, Doddy, “Bryan Domani Ajak Penonton Merenungi Kehidupan Lewat Series Demi Masa”, <https://www.rri.co.id/hiburan/883610/bryan-domani-ajak-penonton-merenungi-kehidupan-lewat-series-demi-masa>, diakses tanggal 8 Oktober 2024.
- Jalaluddin, “Tingkat Usia dan Perkembangan Spiritualitas serta Faktor yang Melatarbelakanginya di Majelis Tamasya Rohani Riyadhul Jannah Palembang”, *Intizar*, vol. 21: 2, 2015.
- JW, Redaksi, “Ferdy Yubahar, Bintang Iklan Melangkah ke Sinetron Losmen 2023”, <https://jurnalismwarga.id/ferdy-yubahar-bintang-iklan-melangkah-ke-sinetron/>, diakses tanggal 18 Desember 2024.
- Kahf Series – Demi Masa, <https://youtube.com/playlist?list=PLeqA6a31UDQ-IzAm7BJHtyF3ayhx89W9W&si=vsv1rH49LehoI9Qo>, diakses tanggal 5 Februari 2025.
- Kemp, Simon, “Digital 2024: Indonesia”, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>, diakses tanggal 6 Juni 2024.
- Lestari, Sinta, “Youtube Web Series in the Film Industry in Indonesia”, *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 14: 1, 2022.

- Merdekawan, Guntur, “Mengenal Lebih Dalam Sosok Pak Agung di Film ‘Gundala’”, <https://www.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/mengenal-lebih-dalam-sosok-pak-agung-di-film-gundala-2d2349.html>, diakses tanggal 18 Desember 2024.
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Rosdakarya, 2023.
- Nindra, Zahrofah Fadhella, *Representasi Kecantikan dalam Iklan Rejoice Rich 3in1 Versi Kiky Saputri: Rambut No Drama (Analisis Semiotika John Fiske)*, Skripsi, Yogyakarta: Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, 2024.
- Nurmajdina, Aida, *Representasi Makna Taaruf pada Film Web Series Taaruf Rasa Pacaran di Channel Youtube Film MakerMuslim*, Skripsi, Yogyakarta: KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Pateda, Mansoer, *Semantik Leksial*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Prawiranegara, M. Ibrahim, dan Djujur Luciana Radjagukguk, “Representasi Sikap Pantang Menyerah dalam Iklan Web Series Milenial ‘Males Jadi Milineur pada Kanal Youtube Smartfren Super 4G Kuota (Analisis Semiotika Roland Barthes)’”, *Jurnal Magenta, STMK Trisakti*, vol. 4: 2, 2020.
- Profil Tokoh, “Biodata Bryan Domani, Aktor Muda Tampan dan Berbakat”, <https://kumparan.com/profil-tokoh/biodata-bryan-domani-aktor-muda-yang-tampan-dan-berbakat-22wz92LNWiz/full>, diakses tanggal 13 Desember 2024.
- Profil YouTube Kahfeveryday, <https://www.youtube.com/@kahfeveryday>, diakses tanggal 26 Januari 2025.
- Radja, Ivana Grace Sofia dan Leo Riski Sunjaya, “Representasi Budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 2: 3, 2024.
- Rizki, Mila Syafira, dkk., “Perilaku Positif pada Komunikasi Antarpribadi dalam Tayangan Web Series Janji (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)”, *Jurnal Komunikatio*, vol. 6: 2, 2020.
- Sabri, Ahmad, “Pengelolaan Waktu dalam Pelaksanaan Pendidikan Islam”, *Jurnal Al-Ta’lim*, vol 1: 6, 2012.

Sagita, Helen, *Representasi Akhlak Mahmudah dan Mazmumah pada Web Series Sang Penghuni Surga*, Skripsi, Jakarta: KPI Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2021.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2022.

Wahyuningsih, Sri, *Film dan Dakwah – Memahami Representasi Pesan-Pesan Dakwah dalam Film Melalui Analisis Semiotik*, Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.

“What is YouTube”, *GFCGlobal*, YouTube: What is YouTube? (gfcglobal.org), diakses tanggal 6 Juni 2024.

Wibowo, Indriawan Seto Wahyu, *Semiotika Komunikasi - Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.