

**REPRESENTASI *ABLEISM* PADA KANAL YOUTUBE REMOTIVI  
“*DISABILITAS DI MEDIA: MANUSIA ATAU OBJEK HIBURAN*”**

**(Analisis Semiotika Teori Roland Barthes)**

**SKRIPSI**



disusun oleh

**Reza Desti Selvita**

**18.96.0744**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

**ABLEISM REPRESENTATION ON REMOTIVI YOUTUBE CHANNEL  
“DISABILITY IN MEDIA: PEOPLE OR OBJECT OF ENTERTAINMENT”**

**(Semiotic Analysis of Roland Barthes' Theory)**

**THESIS**



arranged by

**Reza Desti Selvita**

**18.96.0744**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**i**

# PERSETUJUAN

## SKRIPSI

**REPRESENTASI *ABLEISM* PADA KANAL YOUTUBE REMOTIVI  
“DISABILITAS DI MEDIA: MANUSIA ATAU OBJEK HIBURAN”  
(Analisis Semiotika Teori Roland Barthes)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Reza Desti Selvita**

**18.96.0744**

Telah disetujui oleh dosen pembimbing Skripsi  
Pada tanggal 28 Desember 2021

**Dosen Pembimbing**

**Alvian Alrasyid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom**

**NIK: 190302486**

## **PENGESAHAN**

### **SKRIPSI**

#### **REPRESENTASI ABLEISM PADA KANAL YOUTUBE REMOTIVI “DISABILITAS DI MEDIA: MANUSIA ATAU OBJEK HIBURAN”**

**(Analisis Semiotika Teori Roland Barthes)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Reza Desti Selvita  
18.96.0744**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 23 Agustus 2022

#### **Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguj**

**Tanda Tangan**

**Alvian Alrasyid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom**

( \_\_\_\_\_ )

**NIK: 190302486**

**Angga Intueri Mahendra P. S.Sos, M.I.Kom**

( \_\_\_\_\_ )

**NIK: 190302339**

**Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom**

( \_\_\_\_\_ )

**NIK: 190302437**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada tanggal 30 Agustus 2022

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**Emha Taufiq Luthfi, S.T. M.I.Kom.**

**NIK: 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 6 Agustus 2022

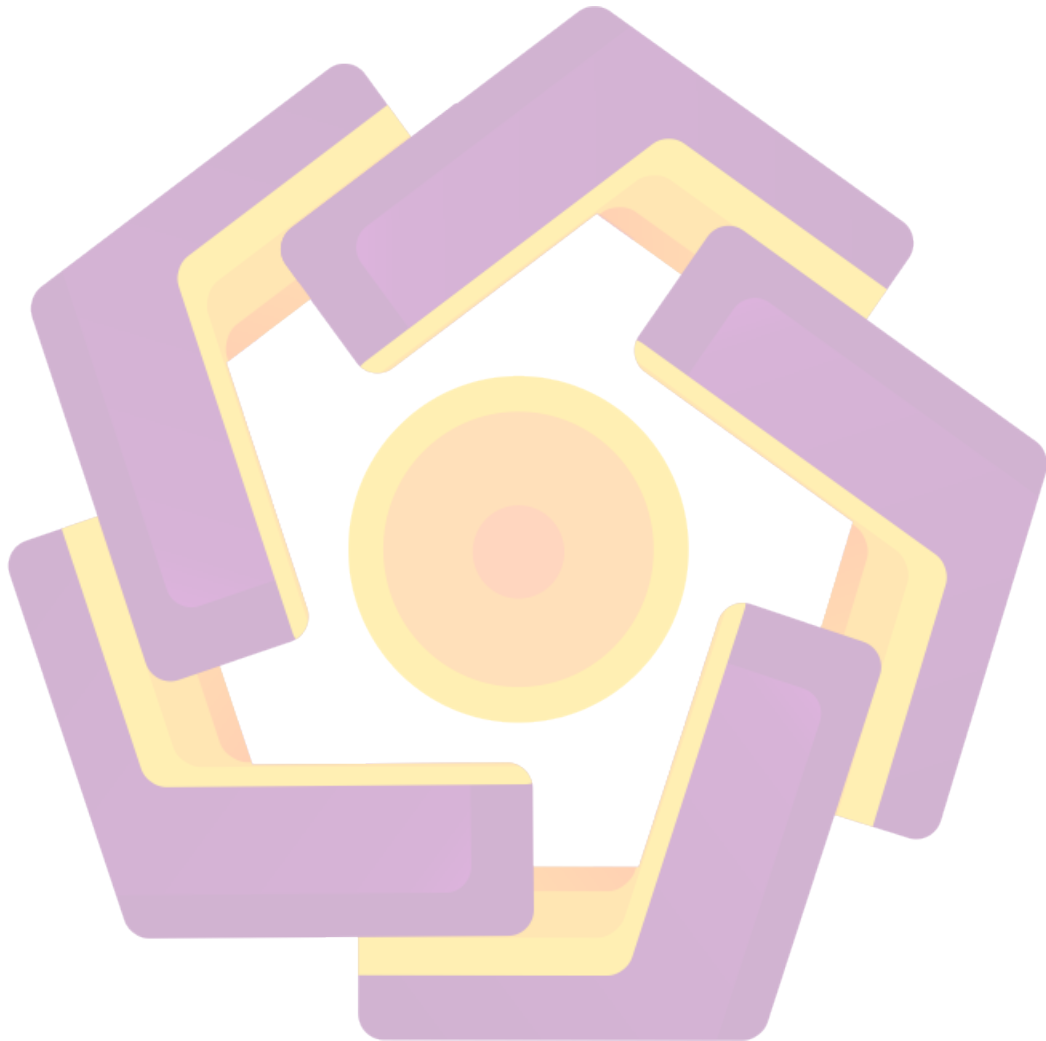


REZA DESTI SELVITA

18.96.0744

## **MOTTO**

**“Tangga kesuksesan tak pernah penuh sesak di bagian puncak.”  
– Napoleon Hill**



## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirabbil'alamin rasa syukur saya kepada Allah SWT Maha Pemurah dan Maha Penyayang atas nikmat Islam dan Iman yang senantiasa mengiringi perjalanan hidup, memberi rezeki, kesehatan, umur panjang, dan keberkahan.*

*Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW atas perjuangan memberikan pencerahan kepada umat dan penyempurna akhlak, semoga syafaat dan nurnya selalu dilimpahkan pada setiap umatnya.*

*Karya penelitian ini dipersembahkan untuk ayah, ibu, adik dan teman-teman tersayang yang tiada henti selalu mendoakanku di setiap sujudnya, memberikan dukungan, canda tawa dikala jenuh, motivasi dalam hidup dan selalu menjadi semangatku untuk menyelesaikan tanggung jawab ini.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Representasi Ableism pada Kanal Youtube Remotivi "Disabilitas di Media: Manusia atau Objek Hiburan"(Analisis Semiotika Teori Roland Barthes)*".

Tidak lupa shalawat serta salam penyusun haturkan kepada Rasulullah SAW beserta para sahabat dan para pejuang Allah. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M. Eng. selaku Ketua Jurusan Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Alvian Alrasyid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan membantu selama penyusun menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Dan lain-lain.

Yogyakarta, 25 Agustus 2022

Reza Desti Selvita



## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Batasan Masalah Penelitian .....	11
1.4. Tujuan Penelitian .....	11
1.5. Manfaat Penelitian .....	12
1.6. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II</b> .....	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
2.2. Landasan Teori.....	18
2.1.1. Teori Semiotika Roland Bhartes .....	18
2.1.2. Teori Representasi.....	23
2.1.3. Teori Disabilitas .....	26
2.1.4. Teori <i>Ableism</i> .....	30
2.1.5. Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa.....	34
2.3. Kerangka Pemikiran.....	36
<b>BAB III</b> .....	<b>37</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>

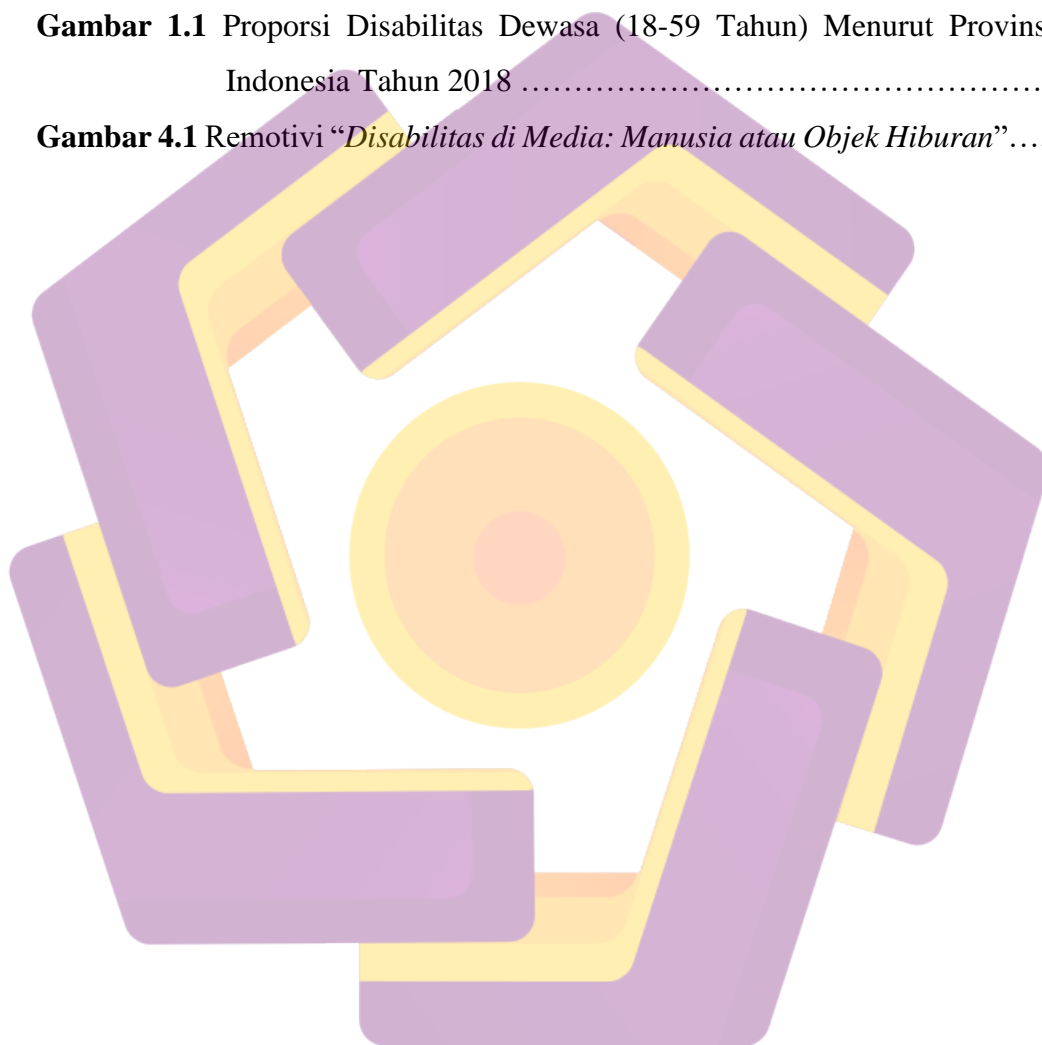
3.1.	Desain Penelitian .....	37
3.2.	Objek Penelitian.....	37
3.3.	Sumber Data.....	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.	Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV</b>	.....	<b>42</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>42</b>
4.1.	Hasil .....	42
4.1.1	Kanal Youtube “Remotivi” video yang berjudul “ <i>Disabilitas di Media: Manusia atau Objek Hiburan?</i> ” .....	42
4.1.2	Naskah “ <i>Disabilitas di Media: Manusia atau Objek Hiburan?</i> ” .....	45
4.1.3	Deskripsi Scene .....	49
4.2.	Pembahasan.....	80
<b>BAB V</b>	.....	<b>84</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>84</b>
5.1.	Kesimpulan .....	84
5.2.	Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Peta Tanda Semiotika Roland Bhartes.....	15
<b>Tabel 2.2</b> Penelitian Terdahulu.....	35
<b>Tabel 4.1</b> Scene Objek Penelitian.....	45
<b>Tabel 4.2</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 1.....	51
<b>Tabel 4.3</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 1.....	52
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 2.....	54
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 2.....	55
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 3.....	57
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 3.....	58
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 4.....	60
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 4.....	61
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 5.....	63
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 5.....	64
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 6.....	66
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 6.....	67
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 7.....	69
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 7.....	70
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 7.....	69
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 7.....	70
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 7.....	69
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 7.....	70
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Penelitian Scene Remotivi 7.....	69
<b>Tabel 4.21</b> Hasil Pemaknaan Semiotika Scene Remotivi 7.....	70

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1** Proporsi Disabilitas Dewasa (18-59 Tahun) Menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2018 .....5
- Gambar 4.1** Remotivi “*Disabilitas di Media: Manusia atau Objek Hiburan*” .....44



## INTISARI

Penelitian ini mencoba mengeksplorasi tanda-tanda yang merepresentasikan *Ableist* dalam Kanal Youtube Remotivi “*Disabilitas di Media: Manusia atau Objek Hiburan?*”. Para penyandang disabilitas yang ditampilkan media massa. Objek penelitian ini diantaranya adalah kanal Youtube “Remotivi” video yang berjudul “*Disabilitas di Media: Manusia atau Objek Hiburan?*”. Video tersebut berdurasi 5 menit 45 detik tersebut diunggah pada tanggal 8 Maret Tahun 2019.

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis Semiotika (*semiotic approach*) yang mengacu pada teori Roland Barthes. Dengan fokus penelitian mengungkap pemaknaan semiotika pada kanal Youtube “Remotivi” video yang berjudul “*Disabilitas di Media: Manusia atau Objek Hiburan?*”, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Untuk mengkaji makna dari tanda-tanda yang ada pada video tersebut, pemilihan teori semiotika milik Roland Barthes pun cocok karena berkaitan erat dengan konten yang berbasis audio-visual yang menganalisis makna iklan dari tanda-tanda dan berfokus pada signifikasi tiga tahap, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya representasi *ableism* atau diskriminasi terhadap penyandang disabilitas memiliki berbagai stereotip. Berdasarkan penelitian ini, penulis menemukan bahwa terdapat berbagai stereotip yang direpresentasikan media massa terhadap penyandang disabilitas. Media memandang mereka, utamanya sebagai objek panggung, objek tertawaan, objek penasaran atau objek inspirasi. Media tidak memandang mereka setara dengan manusia yang non-disabilitas, manusia yang kompleks dan punya banyak dimensi. Penyandang disabilitas tidak butuh dikasihani atau diagungkan, yang mereka order adalah kesempatan. Representasi penyandang disabilitas yang didasarkan pada kesadaran atas hak-hak mereka bukan berbasis rasa panggung. Namun, sulit untuk mendorong perspektif yang lebih adil ini selama media belum menampilkan mereka sebagai manusia yang utuh.

***Kata Kunci: Ableist, Disabilitas, Media Massa, Semiotika***

## **ABSTRACT**

*This study tries to explore the signs that represent Ableist in the Remotivi Youtube Channel “Disability in Media: Humans or Entertainment Objects”. People with disabilities who are featured in the mass media. The object of this research is the Youtube channel "Remotivi" video entitled "Disability in Media: Humans or Entertainment Objects?". The video, which is 5 minutes 45 seconds long, was uploaded on March 8, 2019.*

*This study uses a qualitative descriptive type with a semiotic approach that refers to the theory of Roland Barthes. With the focus of research on revealing the meaning of semiotics on the Youtube channel "Remotivi" video entitled "Disability in Media: Humans or Entertainment Objects?", this study uses data collection techniques through observation, documentation, and literature study. To examine the meaning of the signs in the video, the selection of Roland Barthes' semiotic theory is also suitable because it is closely related to audio-visual-based content that analyzes the advertising meaning of signs and focuses on the significance of three stages, namely denotation, connotation, and myths.*

*The results of this study indicate that the representation of ableism or discrimination against persons with disabilities has various stereotypes. Based on this research, the authors found that there are various stereotypes represented by the mass media towards persons with disabilities. The media views them primarily as roasted objects, laughing objects, curious objects or inspirational objects. The media does not see them as equal to non-disabled humans, complex and multi-dimensional human beings. People with disabilities don't need to be pitied or glorified, what they order is opportunity. Representation of persons with disabilities based on awareness of their rights is not roasted. However, it is difficult to encourage this fairer perspective as long as the media does not present them as whole human beings.*

**Keywords: Ableist, Disability, Mass Media, Semiotics**