

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Fenomena Kasihlah Roti, ruang digital mampu menjadi medium yang efektif dalam membangun, menyebarkan, dan menggerakkan nilai-nilai kemanusiaan secara luas. Viralitas yang muncul pada perhatian publik berkembang menjadi gelombang empati kolektif yang mendorong lahirnya berbagai bentuk dukungan sosial, moral, dan material kepada subjek yang menjadi perhatian masyarakat. Konten yang beredar berhasil menghadirkan kedekatan emosional antara khalayak dan realitas yang dialami subjek, sehingga batas geografis, sosial, dan kultural menjadi semakin kabur dalam praktik kepedulian kemanusiaan.

Temuan ini menunjukkan, ruang digital berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi sekaligus sebagai ruang perjumpaan nilai, tempat empati diproduksi, dinegosiasikan, dan diwujudkan dalam tindakan nyata. Dalam konteks inilah, Kasihlah Roti merepresentasikan kemanusiaan sebagai kesediaan untuk melihat penderitaan orang lain, merasakan kebutuhan mereka, lalu meresponsnya melalui aksi yang memberikan manfaat langsung. Fenomena ini sekaligus menegaskan, media digital dapat menjadi instrumen dakwah yang kuat dalam menumbuhkan kesadaran sosial, memperkuat solidaritas, dan menggerakkan kebajikan publik. Dengan demikian, representasi

kemanusiaan dalam Kasihlah Roti hadir sebagai bukti, ketika pesan yang menyentuh nilai-nilai universal disampaikan secara autentik, ruang digital mampu mengubah empati menjadi gerakan sosial yang nyata dan berdampak bagi kehidupan masyarakat.

Adapun hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada dimensi teks (*text*), pesan kemanusiaan terlihat melalui penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, seperti kalimat “hujan sudah reda, tapi banjirnya masih ada” dan “kasihlah roti”. Kalimat tersebut menggambarkan kondisi korban bencana yang masih mengalami kesulitan serta menjadi bentuk ajakan kepedulian kepada masyarakat. Selain itu, visual dalam video yang menampilkan kondisi sederhana dan ekspresi alami tokoh memperkuat penyampaian pesan kemanusiaan kepada audiens.
2. Pada dimensi praktik wacana (*discourse practice*), konten “Kasihlah Roti” menunjukkan bagaimana media sosial TikTok menjadi sarana penyebaran pesan kemanusiaan secara luas melalui fitur *For You Page* (FYP), komentar, tanda suka, dan penyebaran ulang konten. Respons audiens pada kolom komentar memperlihatkan adanya rasa empati, dukungan, doa, serta ajakan membantu korban bencana. Hal tersebut menunjukkan bahwa audiens menjadi penerima informasi secara pasif, ikut membentuk dan menyebarkan makna kemanusiaan melalui interaksi digital.

3. Pada dimensi praktik sosial (*social practice*), konten “Kasihlah Roti” berkaitan dengan kondisi sosial masyarakat korban banjir dan tanah longsor di Aceh. Viralnya konten tersebut menimbulkan perhatian publik, memunculkan tindakan sosial nyata berupa bantuan kepada korban bencana. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga dapat menjadi media penyebaran pesan kemanusiaan yang mampu membangun solidaritas sosial dan kepedulian masyarakat terhadap korban bencana.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pengguna media sosial, diharapkan dapat memanfaatkan media sosial secara positif sebagai sarana menyebarkan pesan kemanusiaan, kepedulian sosial, dan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.
2. Bagi pembuat konten, diharapkan dapat menyampaikan konten kemanusiaan secara bijak, informatif, dan tetap memperhatikan etika dalam menampilkan kondisi korban bencana agar tidak menimbulkan eksploitasi penderitaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai konten kemanusiaan di media sosial dengan menggunakan pendekatan atau teori lain agar menghasilkan kajian yang lebih luas dan mendalam.

4. Bagi masyarakat, diharapkan dapat meningkatkan rasa empati dan solidaritas sosial terhadap korban bencana, baik melalui media digital maupun tindakan nyata di lingkungan sekitar.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar Mufadhal, & Kurniawan, R. (2026). Analisis hubungan empati terhadap perilaku flaming pada pengguna media sosial di Indonesia. *Liberosis: Jurnal Psikologi dan Bimbingan Konseling*, 17(4), 241–250.
- Astuti, R. W., & Wibowo, A. (2020). Affective publics dalam media sosial: Studi fenomena viral konten kreatif di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(3), 215–230.
- Badara, A. (2012). *Analisis wacana: Teori, metode, dan penerapannya pada wacana media*. Kencana.
- Cibro, S. G., Dalimunthe, S. F., & Surip, M. (2022). Analisis wacana kritis Norman Fairclough pada pemberitaan Menteri Luhut Binsar Pandjaitan di media daring. *BAHAS*, 33(2).
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Edward Arnold.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Routledge.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage Publications.
- Hariatiningsih, L. R., & Irwanto. (2023). Membangun atensi pada media sosial (Studi netnografi remaja pengguna Instagram). *Jurnal Komunikasi*, 15(2).
- Harun, H., Alam, A. M., & Jufri. (2024). Analisis wacana kritis pada pidato Presiden tahun 2022: Model Norman Fairclough. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(1).
- Haryatmoko. (2016). *Critical discourse analysis (analisis wacana kritis): Landasan teori, metodologi, dan penerapan*. Rajawali Pers.
- Hermawansyah, A., & Pratama, A. R. (2021). Analisis profil dan karakteristik pengguna media sosial di Indonesia dengan metode EFA dan MCA, 20(1), 69–82.
- Hutasuhut, M. L. (2009). Language, culture and society: A theoretical analysis of Stuart Hall's representation. *Bahas: Jurnal Ilmu Linguistik*, 36(2), 1–10.
- Ikhsan, Y. (2022). Pembingkai citra polisi pada tagar #PercumaLaporPolisi (Analisis wacana kritis metode Norman Fairclough). *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 9(2).
- Jamil, M., & Khusairi, A. (2025). *TikTok algorithms and religious polarization in Indonesia's digital public sphere*. Analisa: Journal of Social Science and Religion, 10(1), 41–58.
- Juditha, C. (2018). Interaksi komunikasi di media sosial dan dampaknya terhadap opini publik. *Jurnal Pekommas*, 3(1), 1–12.
- Junaidi, A. (2020). Representasi dalam media dan budaya: Perspektif teori Stuart Hall. *Jurnal Studi Agama*, 4(2), 123–135.
- Khatima, K. (2022). Representasi konflik sosial dalam media online: Analisis wacana kritis. *Jurnal Manifestasi*, 7(1).
- Kurniawan, E. (2021). Algoritma rekomendasi dan fenomena viralitas konten media sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 8(1), 45–62.

- Kusuma, D., & Hartati, S. (2019). Analisis wacana kritis representasi kelompok minoritas dalam media massa Indonesia. *Jurnal Linguacultura*, 4(1), 12–22.
- Lexy J. Moleong. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mujahidah, Z., & Suwarningsih. (2020). Hubungan dukungan sosial terhadap kehilangan dan berduka pada korban longsor dan banjir. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 13(1).
- Munfarida, E. (2014). Analisis wacana kritis dalam perspektif Norman Fairclough. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 8(1).
- Mutia, S., & Wijayanto, B. (2024). Dampak bencana galodo (banjir bandang) terhadap sosial ekonomi masyarakat Nagari Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4).
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2018). Media sosial dalam perspektif komunikasi dan interaksi digital. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 45–56.
- Nurhayati, S. (2022). Spectator dan penderitaan: Analisis wacana konten humanitarian di media sosial. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 17(2), 178–195.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Pratama, R., & Saputra, H. (2023). Dinamika kekuasaan dalam ruang digital Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(4), 234–251.
- Rahayu, M. (2020). Analisis wacana kritis ideologi dalam teks media massa. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 8(2), 89–104.
- Ritonga, M., & Wahyuni, S. (2022). Viralitas konten kreatif di era digital: Studi fenomena konten viral di platform media sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(2), 78–92.
- Rogers, C. R. (1961). *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin.
- Santoso, A., & Prasetyo, B. (2023). Respons emosional audiens terhadap konten humanitarian di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 56–71.
- Sari, N. P., & Santoso, A. (2021). Analisis wacana kritis berita politik menggunakan model tiga dimensi Fairclough. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2), 145–162.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyo, T. (2022). Kapitalisasi kemanusiaan: Studi wacana konten humanitarian di era digital. *Jurnal Manajemen Publik*, 10(1), 34–48.
- Suwarno, dkk. (2025). Bencana banjir bandang di Aceh, Sumatera Utara, dan Sumatera Barat serta dampaknya terhadap masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Linimasa*, 8(2), 45–60.
- Ushuluddin, A. I., & Setyawan, A. G. (2024). Representasi dalam media dan budaya: Perspektif teori Stuart Hall. *Sanak: Jurnal Studi Agama-Agama*, 2(1), 45–60.
- We Are Social. (2024). *Digital 2026: Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2026/01/digital-2026-indonesia/>

- Wijaya, H., & Kartika, D. (2021). Representasi kemanusiaan dalam media massa Indonesia: Analisis wacana kritis. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(3), 156–172.
- Yunanto, F., dkk. (2021). Wacana media sosial dan pembentukan persepsi publik. *Jurnal Kabilah*, 6(2).