

PEMAKNAAN ULOS DI MEDIA SOSIAL
(Analisis Semiotika Makna Pesan Moral di Dalam Motif Kain Ulos
Batak di *Facebook*)

SKRIPSI

OLEH:

FRANSISKUS TRY BOY GABE PRANATA SIMBOLON

NPM. 188530098



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/4/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)28/4/23

PEMAKNAAN ULOS DI MEDIA SOSIAL

(Analisis Semiotika Makna Pesan Moral di Dalam Motif Kain Ulos

Batak di *Facebook*)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

Program Strata 1 (S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Medan Area

OLEH:

FRANSISKUS TRY BOY GABE PRANATA SIMBOLON

NPM. 188530098

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 28/4/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)28/4/23

LEMBAR PENGESAHAN


Judul Skripsi : PEMAKNAAN ULOS DI MEDIA SOSIAL (Analisis Semiotika Makna Pesan Moral di Dalam Motif Kain Ulos Batak di Facebook)

Nama : Fransiskus Try Boy Gabe Pranata Simbolon


NPM : 188530098

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Dr. Ressi Dwiana, S.Sos, MA

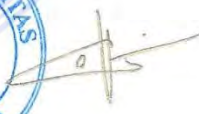
Pembimbing I


Agung Suharyanto, S.Sn, M.Si

Pembimbing II


Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si

Dekan


Agnita Yolanda, B.Comm, M.sc

Kepala Program Studi

Tanggal Lulus : 25 November 2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 25 November 2022



SELUK CIBU RUPAH
METERAF
TEMPEL
115B2AKX288593685

Fransiskus Try Boy Gabe Pranata Simbolon

NPM. 188530098

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS


Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fransiskus Try Boy Gabe Pranata Simbolon
NPM : 188530098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : PEMAKNAAN ULOS DI MEDIA SOSIAL (Analisis Semiotika Makna Pesan Moral di Dalam Motif Kain Ulos Batak di *Facebook*) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

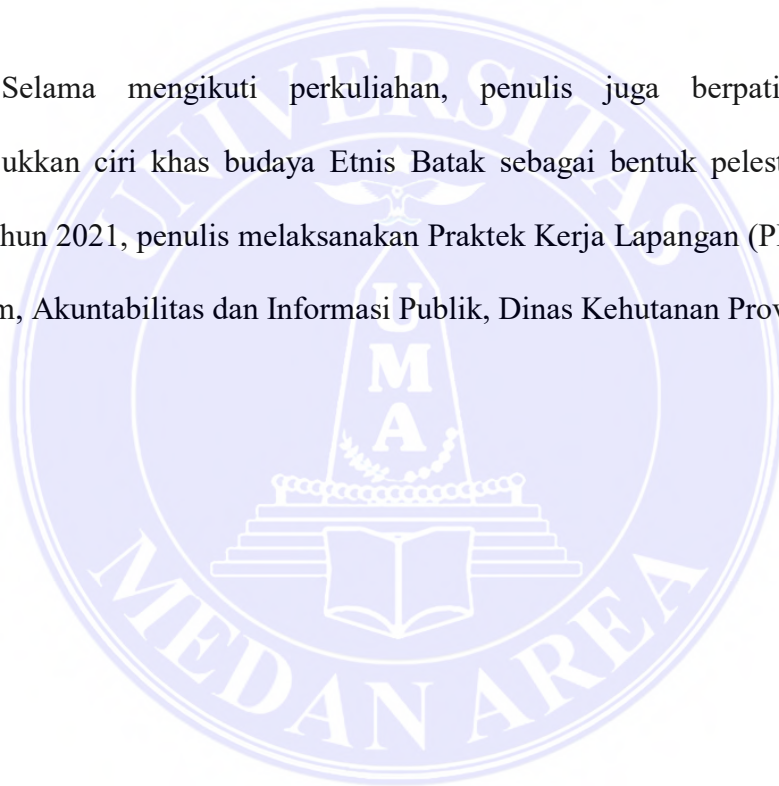
Medan, 25 November 2022


Yang Menyatakan
(Fransiskus Try Boy Gabe Pranata Simbolon)

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Doloksanggul, Kecamatan Doloksanggul, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara, pada tanggal 10 September 2001, putra dari Bapak Drs. Erikson Simbolon dan Ibu Respianna Manalu. Penulis merupakan anak ke 7 dari 7 bersaudara. Pada tahun 2018 penulis lulus dari SMA Negeri 1 Doloksanggul dan pada tahun 2018 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis juga berpartisipasi dalam menunjukkan ciri khas budaya Etnis Batak sebagai bentuk pelestarian budaya. Pada tahun 2021, penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Bagian Program, Akuntabilitas dan Informasi Publik, Dinas Kehutanan Provinsi Sumatera Utara.



ABSTRAK

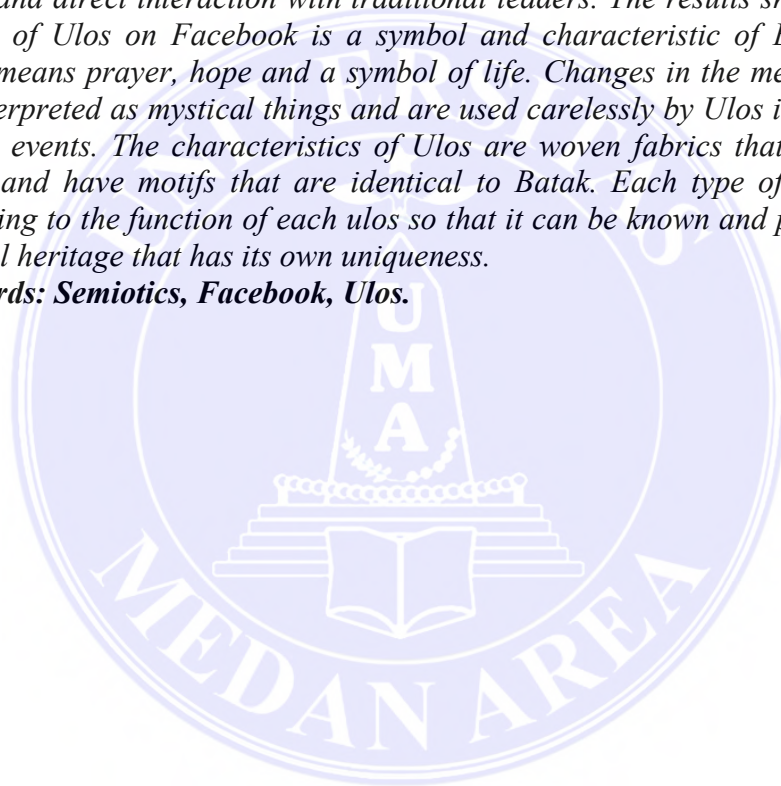
Penelitian ini berjudul Pemaknaan Ulos di Media Sosial (Analisis Semiotika Makna Pesan Moral di Dalam Motif Kain Ulos Batak di *Facebook*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Ulos digambarkan, bagaimana pesan moral di dalam motif kain Ulos digambarkan di *Facebook*, dan mengetahui bagaimana perubahan makna pesan moral di dalam motif kain Ulos di media sosial khususnya di grup *Facebook* Sejarah Batak. Teori yang digunakan di dalam penelitian ini adalah teori semiotika model *Charles Sanders Peirce* melalui model triadic dan konsep trikotomi, yaitu: *Representamen*, *Interpretant* dan *Object*. Informan dalam penelitian ini adalah anggota grup *Facebook* Sejarah Batak dan Tokoh Adat Batak. Untuk mendapatkan informasi mengenai gambaran Ulos di *Facebook*, peneliti melakukan observasi dan wawancara melalui media sosial dan interaksi langsung kepada Tokoh Adat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran Ulos di *Facebook* adalah sebagai simbol dan ciri khas adat Batak yang bermakna sebagai Doa, pengharapan dan simbol kehidupan. Perubahan makna pada Ulos dimaknai sebagai hal mistis dan dipergunakan sembarangan Ulos dalam melaksanakan acara tertentu. Karakteristik Ulos adalah kain tenun yang memiliki warna yang beragam dan memiliki motif yang identik dengan Batak. Setiap jenis Ulos digunakan sesuai dengan fungsi dari masing masing Ulos tersebut agar dapat diketahui dan dilestarikan sebagai warisan budaya yang memiliki keunikan sendiri.

Kata Kunci : Semiotika, *Facebook*, Ulos.

ABSTRACT

*This research is entitled *The Meaning of Ulos in Social Media (Semiotic Analysis of the Meaning of Moral Messages in Ulos Batak Fabric Motifs on Facebook)*. This study aims to find out how Ulos is depicted, how the moral message in the Ulos cloth motif is depicted on Facebook and to find out how the meaning of the moral message changes in the Ulos cloth motif on social media, especially in the Batak History Facebook group. The theory used in this research is the semiotic theory of Charles Sanders Peirce's model through the triadic model and the trichotomy concept, namely: Representamen, Interpretant and Object. Informants in this study were members of the Batak History Facebook group and traditional Batak leaders. To get information about the picture of Ulos on Facebook, researchers conducted observations and interviews through social media and direct interaction with traditional leaders. The results showed that the picture of Ulos on Facebook is a symbol and characteristic of Batak customs which means prayer, hope and a symbol of life. Changes in the meaning of Ulos are interpreted as mystical things and are used carelessly by Ulos in carrying out certain events. The characteristics of Ulos are woven fabrics that have various colors and have motifs that are identical to Batak. Each type of Ulos is used according to the function of each ulos so that it can be known and preserved as a cultural heritage that has its own uniqueness.*

Keywords: *Semiotics, Facebook, Ulos.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena dengan berkat dan karunia-Nya, penulis masih diberi kesempatan untuk menyusun skripsi dengan judul “Pemaknaan Ulos di Media Sosial (Analisis Semiotika Makna Pesan Moral di Dalam Motif Kain Ulos Batak di *Facebook*)” dapat disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan proposal skripsi pada Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Penulis menyadari penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, karena itu pada kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng., M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si, sebagai Dekan FISIPOL UMA.
3. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.sc sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIPOL UMA.
4. Ibu Dr. Ressi Dwiana, S.Sos, MA, sebagai Dosen Pembimbing I.
5. Bapak Agung Suharyanto, S.Sn, M.Si sebagai Dosen Pembimbing II.
6. Bapak Angga Tinova Yudha, S.Sos, M.I.Kom sebagai Sekretaris.
7. Terkhusus kepada keluarga Besar Op. Nisi Felix Simbolon/ br. Manalu dan saudara saudari saya, Esnita N Simbolon, SH, Yessie R Simbolo, S.Kep. Ns, Vivin E Simbolon, SE, Romarito Simbolon, S.Pd, Hot P. T Simbolon, S.IP, Vinsensius SP Simbolon, A.Md. T, serta keponakan tercinta Felix M R Simanullang dan Krisanto Prayhoper Siregar.

8. Teruntuk mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2018, teman di kampung halaman, teman di *Lapo Tuak*, teman satu organisasi, dan teman teman Naposo PSBI di seluruh Indonesia yang telah mendukung dan mengajarkan untuk selalu semangat dalam menggapai cita cita.

Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam kata pengantar ini. Semoga skripsi yang penulis buat dapat bermanfaat dan berguna kedepannya. Demikian yang dapat penulis sampaikan, atas perhatian dan dukungannya saya ucapkan terimakasih.

Medan, 25 November 2022

Penulis

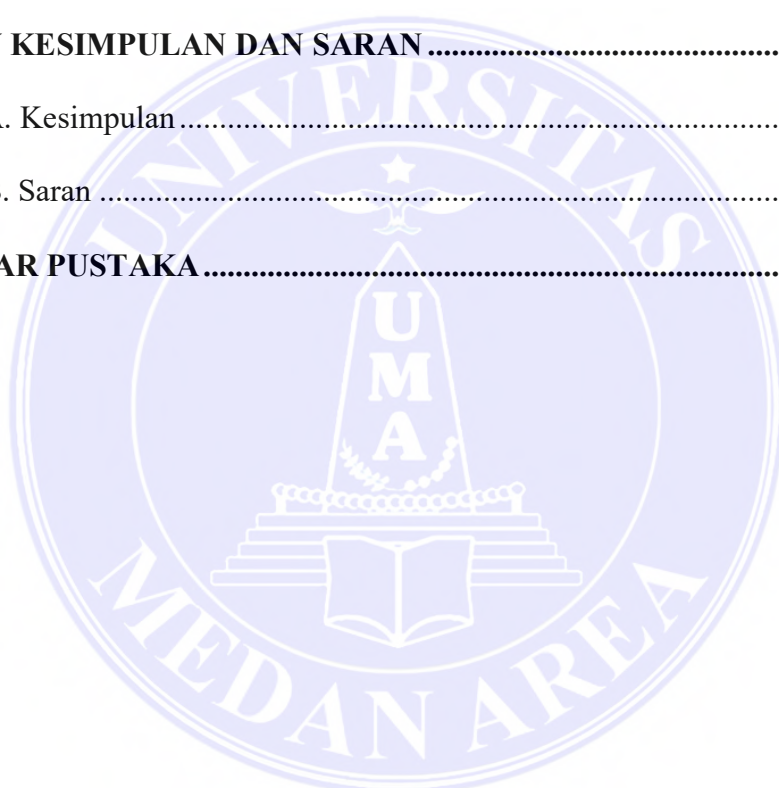
Fransiskus Try Boy Gabe Pranata Simbolon



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi Massa.....	8
B. Media Sosial.....	11
C. Ulos	14
D. Teori Semiotika Model Charles Sanders Pierce	25
E. Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Metodologi Penelitian Netnografi	32
B. Subjek Penelitian	33
C. Sumber Data.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Metode Analisis Data.....	36
F. Metode Keabsahan Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian.....	38
1. Grup <i>Facebook</i> Sejarah Batak.....	38
2. Pesan Moral di Dalam Motif Kain Ulos yang Digambarkan di <i>Facebook</i> Sejarah Batak	42
B. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh unggahan tentang Ulos yang sudah melenceng: Pembakaran Ulos Batak karena dianggap mengganggu hubungan rohnya dengan kepercayaannya	5
Gambar 1.2 Contoh unggahan tentang Ulos yang sudah melenceng: Ulos saput diberi sebagai cendera mata kepada tamu undangan, dimana Ulos yang diberi tanda lingkaran merah hanya dipakai di acara meninggal dunia	5
Gambar 2.1 Ulos Antak Antak	16
Gambar 2.2 Ulos Bintang Maratur.	17
Gambar 2.3 Ulos Bolean.	17
Gambar 2.4 Ulos Mangiring.	18
Gambar 2.5 Ulos Padang Ursa.	18
Gambar 2.6 Ulos Pinuncaan.	19
Gambar 2.7 Ulos Ragi Hotang.	20
Gambar 2.8 Ulos Ragi Huting.	21
Gambar 2.9 Ulos Sibolang.	21
Gambar 2.10 Ulos Si Bunga Umbasang.	22
Gambar 2.11 Ulos Sitolu Tuho.	22
Gambar 2.12 Ulos Suri Suri Ganjang.	23
Gambar 2.13 Ulos Simarinjam Sisi.	24
Gambar 2.14 Ulos Ragi Pakko.	24
Gambar 2.15 Ulos Tumtuman.	25
Gambar 2.16 Ulos Tutur Tutur.	25
Gambar 2.17 Peirce's Triadic Model	28
Gambar 4.1 Grup Sejarah Batak	41
Gambar 4.2 Pemaknaan Ulos di grup media sosial Facebook Sejarah Batak	43
Gambar 4.3 Ulos Untuk Upacara Ritual Batak Toba	45
Gambar 4.4 Tangkapan Layar Komentar di Unggahan Grup Sejarah Batak	46
Gambar 4.5 Pemaknaan Ulos Tujung	48
Gambar 4.6 Tangkapan Layar Komentar di Unggahan Grup Sejarah Batak	49
Gambar 4.7 Pemaknaan Ulos Ragihuting	52
Gambar 4.8 Tangkapan Layar Komentar di Unggahan Grup Sejarah Batak	53
Gambar 4.9 Pemaknaan Ulos Ragidup	54
Gambar 4.10 Pemaknaan Ulos Bintang Maratur	56
Gambar 4.11 Pemaknaan Ulos Ragihotang	58
Gambar 4.12 Pemaknaan Ulos Sitolu Tuho	60
Gambar 4.13 Pemaknaan Ulos Ragi Sibolang	62
Gambar 4.14 Tangkapan Layar Komentar di Unggahan Grup Sejarah Batak	63
Gambar 4.15 Pemaknaan Ulos Mangiring	65
Gambar 4.16 Pembakaran Ulos Batak	67
Gambar 4.17 Tangkapan Layar Grup Sejarah Batak	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada saat ini memudahkan masyarakat untuk menerima informasi secara efektif hanya dengan menggunakan teknologi, sebagai contoh media sosial. Media sosial saat ini sangat berkembang untuk mengakses segala sesuatu yang ada di dunia dengan menggunakan aplikasi ataupun melalui website yang dibuat untuk memudahkan masyarakat menemukan apa saja yang di publikasikan di media sosial, sebagai contoh adalah *Facebook*. *Facebook* merupakan media sosial yang sudah sangat lama digunakan untuk mendapatkan informasi dan dapat mempermudah untuk berkomunikasi dengan siapa saja dan dimana saja. Oleh sebab itu, saat ini pengguna *Facebook* digunakan oleh semua kalangan umur dan hampir bisa diakses di seluruh penjuru dunia dengan menggunakan *handphone*, atau komputer melalui aplikasi dan akses jaringan internet.

Dengan adanya kemajuan media sosial seperti ini, mampu menghasilkan informasi dan hiburan bagi pengguna *Facebook* itu sendiri terkhususnya pada informasi mengenai informasi tentang budaya Batak, yakni Ulos. Ulos merupakan kain tradisional warisan leluhur orang Batak secara turun temurun yang sampai saat ini masih digunakan dan dikenali masyarakat Indonesia bahkan dunia. Ulos sebagai identitas masyarakat etnis Batak sering diperkenalkan melalui media sosial dengan menampilkan gambar Ulos yang melekat di tubuh. Ulos adalah kain

tradisional yang dibuat dengan warna yang khas yakni merah, hitam, dan putih yang dihiasi oleh ragam tenunan dari benang emas atau perak sebagai perlambang warna kesukaan masyarakat Batak yang hingga kini budaya Batak identik dengan 3 warna itu. Ulos merupakan kain yang ditunen oleh perempuan Batak dengan berbagai pola dan dijual (Vergouwen, 1986: 60).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia V *online* (2016), Ulos adalah kain selendang hasil tenunan masyarakat Batak, yang dipakai disetiap upacara adat, baik adat pernikahan, meninggal dunia, lahiran dan acara selamatan. Ulos yang merupakan warisan nenek moyang masyarakat Batak dulunya hanya menjadi sumber kehangatan dalam kehidupan yang disimbolkan dengan matahari, api dan Ulos. Proses pembuatan Ulos dilakukan dengan cara ditunen dengan menggunakan alat yang masih tradisional yang dibuat sendiri yang bersumber dari alam dan pada era modern ini Ulos telah dapat dibuat memakai mesin sehingga dapat mempermudah membuat Ulos. Namun harga dari Ulos tenunan asli memiliki harga yang lebih mahal karena pembuatannya yang sulit dan masih dikerjakan dengan cara tradisional. Pada jaman sekarang Ulos telah dibuat menjadi bahan souvenir, seperti tas, dompet, alas meja dan lain sebagainya. Ulos dikenal sebagai simbol Doa pengharapan yang dipanjatkan, sehingga Ulos dikenal sebagai simbol dan ciri khas masyarakat Batak dalam memberikan Doa dan harapan agar segala sesuatu yang dijalani bisa berjalan dengan baik. Namun saat ini makna Ulos bagi setiap orang sudah berbeda beda.

Hal ini merupakan pengaruh media sosial terkhusus *Facebook* yang sering dijadikan sebagai tempat menyebarkan foto, video dan informasi mengenai Ulos

sehingga pemaknaan tentang Ulos oleh masyarakat di *Facebook* menjadi beragam. Fenomena ini tentunya tidak terlepas dari sudut pandang dan latar belakang sosial budaya daerah masing masing. Karena di media sosial khususnya *Facebook*, kebebasan dalam mengakses informasi dan mengetahui peristiwa terbaru sudah menjadi hal yang biasa di media sosial, sehingga hal ini membuat pemaknaan dari Ulos berbeda beda, dan mungkin saja terjadi perubahan makna Ulos pada saat ini.

Menurut Koenjaraningrat (1987: 81), kebudayaan memiliki 7 komponen yaitu: agama, ilmu pengetahuan, teknologi, ekonomi, organisasi sosial, bahasa dan komunikasi dan kesenian. Tujuh komponen tersebut membuat setiap pandangan setiap orang menjadi berbeda, sehingga makna dari kain tradisional Ulos berbeda beda dilihat dari sudut pandangnya masing-masing. Koenjaraningrat mengungkapkan kebudayaan sebagai ungkapan ide, gagasan dan tindakan manusia dalam menjalankan rutinitas sehari hari yang didapat melalui proses belajar mengajar yang dilakukan. Teknologi juga termasuk menjadi salah satu penunjang agar informasi menyebar luas termasuk kain Ulos saat ini sering di update di media sosial *Facebook*, yakni melalui foto dan video yang sering di unggah di *Facebook* tersebut, sehingga mendapatkan perhatian banyak orang terhadap Ulos yang dikenakan tersebut.

Melalui unggahan-unggahan tentang Ulos tersebut, timbul ketertarikan bagi orang lain untuk mengikuti mengenakan Ulos untuk membuat kembali unggahan di akun *Facebook* masing masing, sehingga orang selalu melihat Ulos dan mengenakannya tanpa belum mengetahui secara langsung makna dari Ulos

yang dikenakan tersebut. Namun, apakah pengguna *Facebook* tersebut hanya ingin mengenalkan Ulos melalui unggahan tentang Ulos itu atau bahkan hanya untuk mengikuti hal hal yang baru demi mengikuti orang lain saja tanpa tahu makna dan fungsi Ulos tersebut.

Pada umumnya setiap jenis kain Ulos berbeda beda dan memiliki makna dan fungsi berbeda juga dari setiap Ulosnya. Ulos bagi masyarakat Batak umumnya mempunyai makna dan fungsi penting dalam acara adat yang dilakukan oleh masyarakat Batak. Pemberian Ulos pasti dilakukan disetiap acara adat sesuai dengan aturan yang sudah ada khususnya yang terdapat dalam pedoman masyarakat Batak, yakni *Dalihan Natolu*, agar acara adat yang dilakukan sesuai dengan tujuan masyarakat Batak dan dapat terlaksana secara (sah) di mata adat, namun beberapa orang yang membuat unggahan di media sosial *Facebook* tersebut tidak memikirkan hal itu, sehingga timbul rasa kebingungan atas makna kain tradisional Ulos bagi pengguna media sosial, khususnya *Facebook*. Apakah sudah terjadi perubahan makna dari setiap Ulos atau bahkan apa makna Ulos bagi mereka sendiri selaku pengguna media sosial *Facebook* yang kerap melihat informasi atau unggahan tentang Ulos tersebut. Hal inilah yang menimbulkan penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pemaknaan Ulos melalui media sosial "*Facebook*" melalui judul "**Pemaknaan Ulos di Media Sosial (Analisis Semiotika Makna Pesan Moral Yang Terkandung Dalam Motif Kain Ulos Batak di Facebook)**".



Gambar 1. 1 : Contoh unggahan tentang Ulos yang sudah melenceng: Pembakaran Ulos Batak karena dianggap mengganggu hubungan rohnya dengan kepercayaannya



Gambar 1. 2 : Contoh unggahan tentang Ulos yang sudah melenceng: Ulos sapat diberi sebagai cendera mata kepada tamu undangan, dimana Ulos yang diberi tanda lingkaran merah hanya dipakai di acara meninggal dunia

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana Grup *Facebook* Sejarah Batak?
2. Bagaimana pesan moral di dalam motif kain Ulos digambarkan di *Facebook*?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan menjelaskan beberapa fenomena diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Grup *Facebook* Sejarah Batak.
2. Untuk mengetahui bagaimana pesan moral di dalam motif kain Ulos digambarkan di *Facebook*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai penelitian semiotika tentang makna pesan moral yang terkandung dalam motif kain tradisional, khususnya Ulos Batak dan memberikan gambaran bagi penelitian selanjutnya khususnya bagi yang tertarik meneliti tentang pemaknaan Ulos Batak di media sosial.

2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang pemaknaan Ulos Batak melalui platform media sosial.

3. Manfaat Akademis

Manfaat akademis melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dengan menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama agar dapat mempermudah penelitian selanjutnya yaitu mengenai pemaknaan kain tradisional di media sosial.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses dimana seseorang, sekelompok orang, atau organisasi menciptakan pesan dan mentransmisikannya melalui beberapa jenis media ke audiens yang besar, anonym, dan heterogen (Pearce, 2009: 623). Dalam komunikasi massa, media massa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan dan menyampaikannya pada khalayak. Sifat pesan tersebut terbuka kepada semua khalayak, baik dari segi suku, agama, pekerjaan, kebutuhan maupun dari segi usia.

Komunikasi massa merupakan suatu proses dimana suatu organisasi yang kompleks dengan bantuan satu atau lebih mesin memproduksi dan mengirimkan pesan kepada khalayak yang besar, heterogen dan tersebar (Dominick, 2005: 11). Defenisi ini dimaknai sebagai proses komunikasi yang dilakukan oleh organisasi dengan bantuan mesin produksi yang gunanya untuk mengirimkan pesan atau informasi kepada khalayak banyak, sehingga informasi atau pesan tersebut lebih mudah untuk diakses dan didapatkan. Hal ini yang membuat media menjadi bagian dari salah satu yang kuat pada masyarakat. Selain itu, komunikasi massa juga memiliki efek yaitu, *coversi*, yaitu menyebabkan perubahan yang diinginkan dan perubahan yang tidak diinginkan, memperlancar atau malah mencegah perubahan dan memperkuat keadaan nilai, norma dan ideologi yang ada (Kappler, 1960: 14) Komunikasi massa pada umumnya memiliki kaitan kuat dengan media

massa, dimana media massa yang memproduksi pesan dan menyampaikannya pada khalayak. Itulah sebabnya menurut Littlejohn (2002: 14-15), tidak akan ada seorangpun dapat memisahkan media komunikasi dari proses komunikasi massa, karena hanya media komunikasi yang mampu menghubungkan sumber dengan khalayaknya baik dari segi individu maupun kelembagaan dalam masyarakat.

Komunikasi massa umumnya ketahu dengan pesan yang disampaikan satu arah, yang artinya terjadi komunikasi secara langsung, tapi komunikator dan komunikan tidak dapat merespon secara langsung. Komunikasi massa memiliki komponen antara lain komunikator, pesan, media, komunikan, *gate keeper*, gangguan dan timbal balik (Nurudin, 2017: 96).

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak.

2. Pesan

Pesan merupakan informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan atau khayalak.

3. Media

Media merupakan alat untuk membantu menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak.

4. Komunikan

Komunikan merupakan individu individu yang menerima informasi dari komunikator selaku sumber informasi.

5. *Gate Keeper*

Gate Keeper berfungsi sebagai penyaring dan menentukan informasi yang layak dan tidak layak disampaikan kepada khalayak.

6. Gangguan

Gangguan terdiri dari gangguan teknis dan non teknis. Dalam gangguan teknis bisa berupa kerusakan alat, dan gangguan non teknis berupa kesalahan editing.

7. Timbal Balik

Timbal balik atau sering disebut *feedback* bersifat tidak langsung, yang artinya timbal balik yang didapat seperti surat, email, dan tanggapan dari pembaca.

Komunikasi massa juga memiliki fungsi seperti yang di kemukakan oleh Dominic dalam Ardianto, Kumala, Karlinah (2007: 5), yaitu sebagai berikut:

1. Pengawasan (*Surveillance*)

Komunikasi massa berfungsi untuk memberikan pengawasan kepada pihak media yang memeberikan informasi yang tidak layak untuk diberikan ke umum.

2. Penafsiran (*Interpretation*)

Tujuan dari penafsiran ini adalah untuk memberi pemahaman terhadap penerima pesan agar mendapatkan wawasan dan membahas informasi mengenai komunikasi, baik antar pribadi dan kelompok.

3. Pertalian (*Lingkage*)

Pertalian dalam hal ini dapat mempertemukan individu individu yang memiliki tujuan dan kepentingan yang sama mengenai satu hal.

4. Penyebaran Nilai-nilai (*Transmission of Values*)

Fungsi ini dapat disebut sebagai *sharing information*, dimana individu individu yang tergabung dalam sebuah kelompok akan melihat, mendengar dan mempelajari tentang khalayak yang memiliki nilai nilai penting yang dapat untuk ditiru.

5. Hiburan (*Entertainment*)

Fungsi menghibur dari komunikasi massa adalah menyegarkan kembali pikiran dengan membaca pesan yang berisi informasi ringan atau hanya sekedar pesan humor yang dapat membuat pikiran segar dan normal kembali.

B. Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015: 1) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Melalui media sosial dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, interaksi baik melalui tulisan, visual maupun audiovisual dan sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *sharing*, *collaborating* dan *connecting* (Puntoadi, 2011: 5). Saat ini, media sosial dijadikan sebagai alat

komunikasi melalui jaringan internet melalui berbagai situs seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Instagram*, *Whatsapp* dengan menggunakan akses internet.

Selain memiliki fungsi untuk mempermudah koneksi dengan orang lain, media sosial dapat memengaruhi pola pikir sehingga dapat menimbulkan perbedaan pendapat bagi pengguna media sosial. Selain itu, menurut Nasrullah (2015: 16) media sosial memiliki karakter khusus, antara lain:

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah alat yang menghubungkan antara satu perangkat dengan perangkat keras lainnya melalui koneksi internet. Koneksi ini digunakan untuk mempertemukan setiap pengguna melalui jaringan komunikasi sehingga membentuk hubungan pergaulan yang baik terhadap pengguna yang sudah dikenalnya dan kemungkinan sudah bertemu dan berinteraksi di dunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh media sosial yang banyak digunakan adalah *Facebook*.

2. Jurnal *Online* (*Blog*)

Blog merupakan media sosial yang biasanya digunakan untuk membuat tulisan atau artikel yang memberikan informasi maupun hiburan kepada pengguna media sosial. Media ini memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling berinteraksi, baik melalui tautan web lain dan sebagainya. Awalnya *Blog* hanya diisi dengan tulisan pribadi seperti karya ilmiah ataupun artikel yang hanya bisa dinikmati oleh pengguna itu saja. Namun saat ini, banyak jurnal yang berisi tulisan pribadi, umum, hiburan dan memiliki koneksi terhadap pemilik media dan

terdapat kolom komentar yang berfungsi untuk berinteraksi antara sesama pengguna *Blog*.

3. Jurnal *Online* sederhana atau microblog (*Micro-Blogging*)

Microblogging adalah media sosial yang dapat digunakan untuk menulis cerita kehidupan sehari-hari, menonton hiburan dan mendapatkan informasi yang baru saja terjadi. Contoh *Microblogging* yang paling banyak digunakan adalah jejaring sosial *Twitter*.

4. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Situs berbagi media merupakan media sosial yang memberikan penggunaannya untuk berbagi saling berbagi. Hal yang dibagi seperti video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: *Youtube*.

5. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda sosial merupakan media sosial yang digunakan untuk mencari dan menyimpan informasi atau berita tertentu secara *online* agar dapat dibuka kembali jika diperlukan. Beberapa situs sosial *bookmarking* yang populer adalah *digg.com*.

6. Media Konten Bersama atau Wiki.

Media konten adalah situs web yang isinya dibuat sendiri oleh para penggunaannya terkait suatu hal yang kurang dipahami dapat dicari melalui media ini yang dibantu oleh sesama pengguna melalui referensi buku, jurnal dan lainnya.

C. Ulos

Ulos atau sering juga disebut kain Ulos adalah salah satu kain tradisional khas Indonesia yang berasal dari Indonesia yang sangat dikenal oleh masyarakat dalam maupun luar negeri. Ulos secara turun temurun dikembangkan dan diwariskan oleh masyarakat Batak. Ulos merupakan kain tradisional yang umumnya digunakan oleh masyarakat Batak dalam prosesi upacara adat Batak baik pernikahan, meninggal dunia dan upacara adat lainnya dan juga dianggap sebagai salah satu benda sakral karena menjadi simbol restu, kasih sayang, dan persatuan bagi etnis Batak sesuai dengan pedoman masyarakat Batak yakni *Dalihan Natolu* (Gultom, 1992: 54). Cara pembuatan Ulos sama dengan cara membuat kain tradisional dari daerah lain, yaitu menggunakan alat tenun. Namun pada perkembangan teknologi saat ini, Ulos juga telah dibuat menggunakan mesin. Ulos hingga saat ini masih digunakan karena masyarakat Batak melanjutkan budaya dan tradisi yang sudah diturunkan oleh nenek moyang etnis Batak yang harus dijaga dan diwariskan, sehingga Ulos masih sering terlihat disetiap upacara adat Batak. Hal serupa juga diutarakan oleh Edward Burnnet Tylor (1832-1972) dalam bukunya *Primitif Culture*, kebudayaan adalah sistem kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, kemampuan serta kebiasaan kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat (Ratna, 2005: 5).

Ulos merupakan bagian penting dari prosesi adat Batak, dan memiliki aturan penggunaan Ulos yang dituangkan dalam aturan adat, antara lain:

1. Ulos diberikan oleh *Hula Hula* (Saudara laki laki) kepada *Boru* (saudara perempuan) yang ingin menikah, *Tulang* (saudara laki laki ibu) kepada *Bere* (keponakan), orangtua kepada *Boru* (anak perempuan)
2. Ulos yang diberikan sesuai dengan kerabat yang akan diberi Ulos. Misalnya Ulos Ragi Hotang diberikan kepada *Hela* (menantu laki laki)

Sedangkan menurut penggunaannya antara lain:

- 1) *Siabithonon* (dibuat menjadi baju atau sarung) digunakan Ulos Sibolang, Ragidup, dan lainnya.
- 2) *Sihadang Hadangon* (digunakan seperti tas sandang) digunakan Ulos Mangiring dan Ragidup.
- 3) *Sitali Talihonon* (diikat di kepala) digunakan Ulos Mangiring.

Jenis Ulos yang paling banyak dibicarakan dan diketahui orang adalah Ulos Mangiring dan Ulos Ragi Hotang. Hal ini disebabkan oleh pemakaian Ulos Ragi Hotang dan Ulos Mangiring yang sering dipakai oleh masyarakat Batak baik dalam acara adat ataupun acara umum. Ulos Mangiring kerap dipakai sebagai pengikat kepala dan Ulos Ragi Hotang dipakai pada saat pesta pernikahan yang diberikan kepada pengantin dan juga dibuat dibahu oleh laki laki dalam upacara adat Batak, baik pernikahan, meninggal dunia, dan di acara umum. Ulos Ragi Hotang juga kerap diberikan kepada tamu undangan yang datang ke daerah yang diberi sebagai cenderamata atau sebagai kenang kenangan.

Dalam hal ini, yang menjadi pekerjaan bagi masyarakat Batak saat ini adalah menjaga dan melestarikan Ulos sebagai kain tradisional dengan tidak mengubah makna dan fungsi dari setiap jenis Ulos itu sendiri, karena penggunaan

Ulos pada saat ini sudah berbeda dengan para orang tua yang sempat merasakan berharganya makna dan nilai yang terkandung dalam Ulos ini. Mulai dari setiap makna, fungsi dari setiap Ulos dan arti dari setiap simbol yang terletak pada setiap jenis Ulos sudah mulai dilupakan karena berkembangnya jaman dan majunya teknologi saat ini yang membuat pemikiran dan tindakan setiap masyarakat sudah lebih maju dan mulai melupakan budaya yang sudah diwariskan oleh leluhur mereka.

Ulos menjadi barang yang penting bagi masyarakat Batak dan digunakan semua orang dalam acara adat. Masyarakat Batak meyakini bahwa Ulos Batak memiliki nilai dan moral yang sangat tinggi demi menjunjung nilai warisan nenek moyangnya. Ulos memiliki makna dan fungsi yang umum dan memiliki kegunaan dari setiap masing masing jenis Ulos. sesuai aturan adat antara lain:

a. Ulos Antak Antak

Ulos ini digunakan khusus oleh orang tua untuk melayat orang yang meninggal dunia.



Gambar 2. 1 : Ulos Antak Antak.

Sumber: *Google*

b. Ulos Bintang Maratur

Ulos ini biasanya disematkan kepada anak yang baru berusia belia yang melaksanakan acara adat *Tardidi* di gereja. Ulos ini diberikan oleh Oppung (kakek/ nenek) kepada bayi yang baru lahir tersebut.



Gambar 2. 2 : Ulos Bintang Maratur.

Sumber: *Google*

c. Ulos *Bolean*

Ulos ini kegunaannya hamper sama dengan Ulos Antak Antak, yakni dipakai sebagai selendang pada acara dukacita.



Gambar 2. 3 : Ulos Bolean.

Sumber: *Google*

d. Ulos Mangiring

Ulos ini dipakai sebagai selendang, *Talitali*, juga Ulos ini diberikan kepada anak cucu yang baru lahir terutama anak pertama yang memiliki maksud dan tujuan sekaligus sebagai simbol besarnya keinginan agar si anak yang lahir baru kelak diiringi kelahiran anak yang seterusnya, Ulos ini juga dapat dipergunakan sebagai *Parompa* (alat gendong) untuk anak.



Gambar 2. 4: Ulos Mangiring.

Sumber: *Google*

e. Ulos Padang Ursa dan Ulos Pinan Lobu-lobu

Ulos ini digunakan sebagai selendang yang sering dipakai oleh perempuan.



Gambar 2. 5: Ulos Padang Ursa.

Sumber: *Google*

f. Ulos Pinuncaan

Ulos ini terdiri dari lima bagian yang ditenun secara terpisah yang kemudian disatukan dengan rapi hingga menjadi bentuk satu Ulos. Kegunaannya antara lain, dipakai dalam berbagai keperluan acara-acara duka cita maupun sukacita, dalam acara adat Ulos ini dipakai dan disandang oleh Raja Raja Adat, dipakai oleh rakyat biasa selama memenuhi beberapa pedoman misalnya, pada pesta perkawinan atau upacara adat dipakai oleh *Suhut Sihabolonon* atau *Hasuhuton* (tuan rumah), kemudian pada waktu pesta besar dalam acara marpaniaran (kelompok istri dari golongan *Hula Hula*), Ulos ini juga dipakai/ dililit sebagai kain/ *Hohop Hohop* oleh keluarga *Hasuhuton* (tuan rumah). Ulos ini juga berfungsi sebagai Ulos Passamot pada acara perkawinan. Ulos Passamot diberikan oleh orang tua pengantin perempuan (*Hula Hula*) kepada kedua orang tua pengantin dari pihak laki-laki (*Pangoli*), sebagai pertanda bahwa mereka telah sah menjadi saudara dekat.

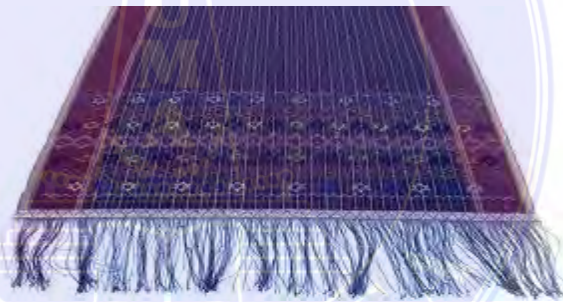


Gambar 2. 6: Ulos Pinuncaan.

Sumber: *Google*

g. Ulos Ragi Hotang

Ulos ini diberikan kepada sepasang pengantin yang sedang melaksanakan pesta adat yang disebut dengan nama Ulos Hela. Pemberian Ulos Hela memiliki makna bahwa orang tua pengantin perempuan telah menyetujui putrinya dipersunting atau diperistri oleh laki-laki yang telah disebut sebagai *Hela* (Menantu). Pemberian Ulos ini selalu disertai dengan memberikan *Mandar Hela* (Sarung untuk menantu laki laki) yang menunjukkan bahwa laki-laki tersebut tidak boleh lagi berperilaku layaknya seorang laki-laki lajang tetapi harus berperilaku sebagai orang tua dan sarung tersebut dipakai dan dibawa untuk kegiatan-kegiatan adat.



Gambar 2. 7: Ulos Ragi Hotang.

Sumber: *Google*

h. Ulos Ragi Huting

Ulos Ragi Huting berbeda dengan Ulos Ragi Hotang. Konon Ulos Ragi Huting pada zaman dulu, anak perempuan yang masih lajang memakai Ulos Ragi Huting ini sebagai pakaian sehari-hari yang dililitkan di dada (*Hoba Hoba*) yang menunjukkan bahwa yang

bersangkutan adalah seorang *Boru ni Raja* (Gadis Lajang) Batak yang beradat.

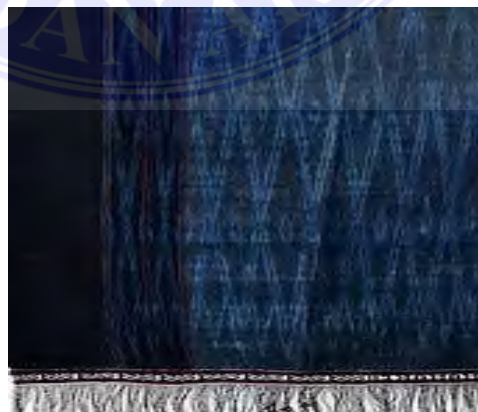


Gambar 2. 8: Ulos Ragi Huting.

Sumber: *Google*

i. Ulos Sibolang

Ulos ini pada jaman dulu digunakan untuk keperluan duka dan sukacita, tetapi pada era modern ini, Ulos Sibolang digunakan sebagai simbol dukacita, yang di pakai sebagai Ulos Saput (Orang dewasa yang meninggal tetapi belum punya cucu), dan dipakaikan sebagai Ulos Tujung untuk janda dan duda yang pasangannya meninggal dunia.



Gambar 2. 9: Ulos Sibolang.

Sumber: *Google*

j. Ulos Si Bunga Umbasang dan Ulos Simpar

Ulos ini digunakan oleh ibu ibu masyarakat Batak dalam mengikuti acara adat Batak yang posisinya dalam acara itu sebagai tamu undangan atau biasa disebut *Jolma Torop*.



Gambar 2. 10: Ulos Si Bunga Umbasang.

Sumber: *Google*

k. Ulos Sitolu Tuho

Ulos ini sama kegunaannya dengan Ulos Mangiring, yakni diikat ke kepala dalam proses acara adat maupun pentas seni.

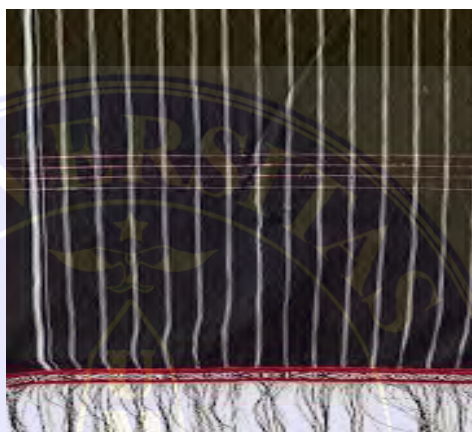


Gambar 2. 11: Ulos Sitolu Tuho.

Sumber: *Google*

1. Ulos Suri Suri Ganjang

Ulos ini digunakan sebagai *Hande Hande* (Selendang) pada waktu *Margondang* dan *Manortor* diikuti alunan musik Batak dan juga digunakan oleh pihak *Hula Hula* (Orang tua dari pihak istri) untuk *Manggabei* (memberikan berkat) kepada pihak borunya (keturunannya) karena itu disebut juga Ulos *Gabe Gabe* (berkat).



Gambar 2. 12: Ulos Suri Suri Ganjang.

Sumber: *Google*

m. Ulos Simarinjam sisi

Dipakai dan difungsikan sebagai kain, dan juga dilengkapi dengan Ulos Pinunca yang disandang dengan perlengkapan adat Batak sebagai Panjoloani (Mendahului di depan) dan khalayak yang memakai Ulos ini adalah satu orang yang berada paling depan.



Gambar 2. 13: Ulos Simarinjam Sisi.

Sumber: *Google*

n. Ulos Ragi Pakko dan Ulos Harangan

Ulos ini biasa disebut dengan Ulos Saput, yakni Ulos yang diselimutkan kepada orang tua yang sudah meninggal dunia. Ulos ini memiliki ciri khas warna yang serba hitam.



Gambar 2. 14: Ulos Ragi Pakko.

Sumber: *Google*

o. Ulos Tumtuman

Ulos ini berfungsi sebagai Tali Tali yang dipakai oleh anak pertama dari sebuah keluarga Hasuhuton atau Paranak (Pihak laki laki)

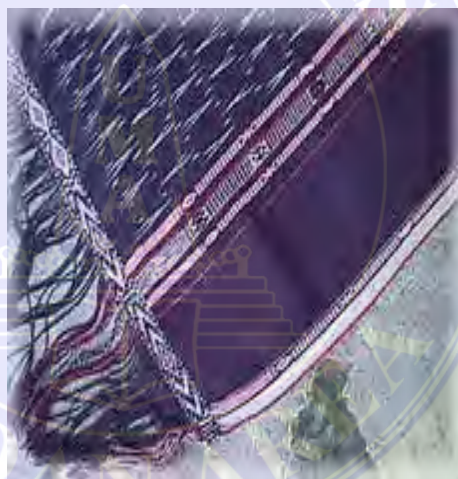


Gambar 2. 15: Ulos Tumtuman.

Sumber: *Google*

p. Ulos Tuter-Tuter

Ulos Tuter Tuter digunakan sebagai pengikat kepala, selendang yang diberikan orang tua kepada anaknya.



Gambar 2. 16: Ulos Tuter Tuter.

Sumber: *Google*

D. Teori Semiotika Model *Charles Sanders Peirce*

Semiotika merupakan metode analisis yang mengkaji tanda tanda yang terdapat pada objek, agar diketahui makna yang terkandung dalam objek tersebut.

Semiotika terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda tanda

mempresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi itu sendiri (Littlejohn, 2009: 53). Dalam kajian ini, semiotika berfungsi untuk mencari dan mengetahui makna makna yang terkandung dalam sebuah tanda atau menafsirkan makna dalam tanda tersebut. Hal penting untuk mengetahui dalam simbol adalah kode kultural, yakni konstruksi makna yang terbentuk menjadi sebuah tanda dan menjadi kajian pemikiran dalam *cultural studies*, dimana semiotika melihat bagaimana budaya menjadi landasan pemikiran dari pembentukan makna dari sebuah tanda (Sobur, 2009: 13)

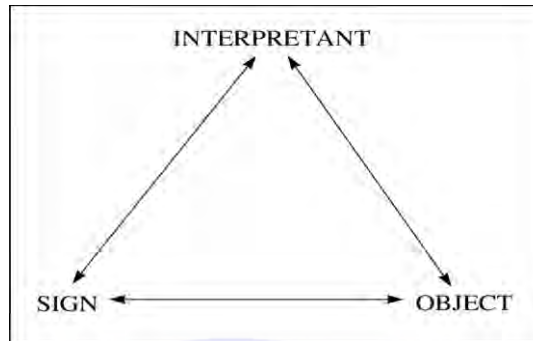
Menurut Charles Sanders Peirce (Sobur, 2006: 15) logika menjadi dasar dalam semiotika karena logika memberikan pemahaman terhadap orang bernalar yang dilakukan melalui tanda tanda atau simbol dalam objek yang ingin diteliti. Tanda merupakan alat komunikasi yang sangat penting karena terdapat makna pesan komunikasi yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai aspek aspek komunikasi. Semiotika sendiri memiliki tiga wilayah kajian dalam melakukan penelitian, yaitu :

1. Tanda, yaitu mengkaji tentang berbagai macam bentuk tanda dengan cara yang berbeda beda dalam menyampaikan makna sesuai dengan manusia yang menggunakannya.
2. Sistem kode mencakup berbagai cara kode yang dikembangkan guna melengkapi kebutuhan budaya atau masyarakat itu sendiri.
3. Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja sesuai dengan pemakaian kode dan tanda.

Dalam konsep semiotika Peirce hanya fokus terhadap hubungan trikotonomi antara tanda-tanda dalam karya sastra. Dalam hubungan trikotonomi terdapat 3 bagian, yaitu hubungan tanda yang dilihat berdasarkan persamaan berbagai unsur-unsur atau ikon, hubungan tanda yang dilihat dari adanya faktor-faktor antar unsur sebagai sumber acuan yang biasanya disebut dengan indeks, dan hubungan tanda yang dilihat dari konversi antar sumber yang digunakan sebagai bahan acuan yang terdapat dalam simbol. Hal ini membuat manusia memiliki keanekaragaman akan tanda-tanda dalam berbagai aspek kehidupannya dan tanda linguistik menjadi hal terpenting dalam hal ini. Fungsi dan kegunaan dari suatu tanda menjadi fokus utama dalam teori semiotika. Tanda sebagai unsur utama dijadikan sebagai alat komunikasi dalam berbagai kondisi yang dimanfaatkan diberbagai aspek komunikasi.

Menurut Teori Semiotika Charles Sander Peirce, semiotika didasarkan pada logika, karena logika mempelajari bagaimana orang bernalar, sedangkan penalaran menurut Peirce dilakukan melalui tanda-tanda (Vera, 2014:21). Tanda-tanda ini menurut Peirce memungkinkan kita berpikir, berhubungan dengan orang lain dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta. Dalam hal ini manusia mempunyai keanekaragaman akan tanda-tanda dalam berbagai aspek di kehidupannya. Dimana tanda linguistik menjadi salah satu yang terpenting. Dalam teori semiotika ini fungsi dan kegunaan dari suatu tanda itulah yang menjadi pusat perhatian. Tanda sebagai suatu alat komunikasi merupakan hal yang teramat penting dalam berbagai kondisi serta dapat dimanfaatkan dalam berbagai aspek komunikasi. Analisis Semiotik Peirce terdiri dari 3 aspek penting

sehingga sering disebut dengan segitiga makna atau triangle of meaning (LittleJohn, 1998) 3 aspek tersebut yaitu:



Gambar 2. 17: Peirce's Triadic Model

Sumber: *Google*

- a. Tanda/ *Sign*: adalah konsep utama yang dijadikan sebagai bahan analisis dimana didalam tanda terdapat makna sebagai bentuk interpretasi pesan yang dimaksud. Secara sederhana, tanda cenderung berbentuk visual atau fisik yang ditangkap oleh manusia.
- b. Objek/ Acuan Tanda: adalah konteks sosial yang dalam implementasinya dijadikan sebagai aspek pemaknaan atau yang dirujuk oleh tanda tersebut.
- c. *Interpretant*/ Penggunaan Tanda: konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Dalam penelitian yang akan dilakukan penulis, penulis akan menggunakan salah satu konsep trikotomi dari Charles Sanders Peirce, yang fokus utamanya dalam menunjukkan makna. Hal ini membuat penulis akan melakukan penelitian tentang Ulos dengan memfokuskan ke makna pesan moral Ulos di media sosial *Facebook* melalui grup *Facebook* bernama “Sejarah Batak”.

E. Penelitian Terdahulu

NO	Judul Peneliti	Nama Peneliti	Tahun	Metode Penelitian	Teori yang Digunakan	Hasil Penelitian
1	Makna Pesan Komunikasi Motif Kain Sutera Sengkang Pilihan Konsumen di Kota Makasar	Sulvinajayanti, Hafield Cangara dan Tuti Bahfiarti	2015	Metode Penelitian yang Digunakan Adalah Metode Penelitian Kualitatif.	Teori Charles Sanders Peirce, Yang hasilnya menunjukkan bahwa motif kain sutera Sengkang mengandung makna filosofi dan simbol adat istiadat kebudayaan bugis.	Kain sutera sengkang digunakan sebagai sarung senggama. Motif tersebut dikenal dengan motif tengkurap. Kain ini digunakan oleh pasangan yang sudah sah di dalam kamar untuk beristirahat. Kain ini dilarang untuk perlihatkan kepada anak atau kepada orang lain khususnya yang masih belum menikah.
NO	Judul Peneliti	Nama Peneliti	Tahun	Metode Penelitian	Teori yang Digunakan	Hasil Penelitian
2	Makna dan Fungsi Ulos Dalam Adat Masyarakat Batak Toba di Desa Talang Mandi Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis	Candra Agustina	2016	Metode Penelitian yang Digunakan Adalah Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif	Teori Talcott Parsons, yakni Kumpulan kegiatan yang ditujukan ke arah pemenuhan kebutuhan tertentu atau kebutuhan sistem	Ulos memiliki makna yang sangat penting bagi masyarakat batak, karena setiap Ulos memiliki fungsi yang berbeda beda bagi setiap acara adat. Setiap acara adat Ulos merupakan salah satu syarat agar acara adat itu sah di mata secara hukum adat Batak. Ulos diberikan dengan Doa yang dipanjatkan oleh si pemberi kepada sipenerima. Hal ini merupakan hal yang biasa bagi masyarakat Batak Toba, dan menjadikan ciri khas yang melakukan upacara adat itu adalah masyarakat Batak.

NO	Judul Peneliti	Nama Peneliti	Tahun	Metode Penelitian	Teori yang Digunakan	Hasil Penelitian
3	Pola Komunikasi pada Prosesi Mangulosi dalam Pernikahan Adat Batak Toba	Destien Mistavakia Sirait dan Dasrun Hidayat	2015	Metode Penelitian yang Digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif	Teori West dan Turner, yakni Komunikasi adalah proses sosial dimana individu individu menggunakan simbol simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka	Pola komunikasi pada prosesi acara pernikahan dengan adat Batak adalah komunikasi menjelaskan aturan aturan dalam berkomunikasi sewaktu acara adat pada bagian <i>Mangulosi</i> , menjelaskan waktu dari setiap acara adat yang dilakukan beberapa pihak hingga menjelaskan waktu dan tempat prosesi adat dilakukan. Karena komunikasi dalam prosesi adat Batak Toba dalam acara pernikahan ada istilah <i>Mandok Hata</i> dari setiap para keluarga dan kerabat dekat yang diatur oleh komunikasi yang disampaikan oleh <i>Raja Hata</i> .
NO	Judul Peneliti	Nama Peneliti	Tahun	Metode Penelitian	Teori yang Digunakan	Hasil Penelitian
4	Analisis Deskriptif Pesan Motif Belang Hatta Pada Sarung Tenun Samarinda	Ali Akbar Septiadi	2018	Metode Penelitian yang Digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif	Teori model S-M-C-R (Source-Message-Channel-Receiver) oleh Berlo	Pesan motif belang hatta pada sarung tenun samarinda sesuai dengan ciri khas warna dari motif tersebut yaitu merah dan hitam yang artinya <i>hatama mascara</i> dalam bahasa bugis. Kain ini juga sebagai mata pencaharian masyarakat dengan menjadi industri khas samarinda.

NO	Judul Peneliti	Nama Peneliti	Tahun	Metode Penelitian	Teori yang Digunakan	Hasil Penelitian
5	Nilai Tais Dalam Tradisi Kematian Masyarakat Suku Kemak Di Kabupaten Belu	Augusta De Jesus Magalhaes	2021	Metode Penelitian yang Digunakan Adalah Metode Penelitian Kualitatif	Teori Aloliliweri, yakni bahwa kebudayaan sebagai keseluruhan simbol, pemaknaan, penggambaran, struktur aturan, kebiasaan dan nilai	<p>Tais bagi masyarakat suku bangsa Kemak yang ada di Kabupaten Belu dinilai memiliki peran yang sangat penting bagi kedua pihak keluarga dalam kematian karena nilai yang terkandung dalam tais ini melambangkan:</p> <p>a. Ungkapan turut berduka dari keluarga Uma Ma'ne terhadap keluarga duku Mane He'u. Dalam situasi ini, pihak keluarga Uma Ma'ne juga merasa kehilangan atas kepergiannya sanak keluarga yang telah meninggal</p> <p>b. Salah satu alat pengikat dan tanda Keharmonisan hubungan persaudaraan diantara kedua pihak keluarga.</p> <p>c. Lambang penghormatan dari pihak pemberi tais kepada sanak keluarga yang meninggal. Bagi masyarakat suku Kemak khususnya pihak keluarga uma ma'ne, saling memberi atau membawa tais pada saat kematian atau saat keluarga mengalami duka.</p>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian Netnografi

Menurut Kozniaks (2010: 1-2) metode netnografi adalah turunan bentuk etnografi dunia sosial nyata yang diformulasikan ke dalam perangkat jaringan internet. Netnografi merupakan metode untuk mempelajari dan memahami *cyberspace*. Observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan cara *lurking*. *Lurking* merupakan kegiatan mata-mata atau memata-matai kegiatan dan perilaku secara *online*. Sehingga peran peneliti hanya melakukan penelitian dengan mengamati para pengguna media sosial untuk mendapatkan gambaran kebudayaan tentang Ulos yang dibuat di media sosial *Facebook* melalui interaksi antara sesama pengguna yang membahas satu topik yaitu tentang Ulos Batak.

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian netnografi digunakan sebagai sebuah pendekatan etnografi. Netnografi melihat keterlibatan secara langsung serta mendalam tentang kondisi alamiah pada aktivitas. Etnografi bertujuan untuk menemukan esensi dan kompleksitas budaya yang dapat menggambarkan sebuah komunitas. Budaya yang dimaksud adalah sikap, pengetahuan, nilai, dan keyakinan yang membentuk individu dalam kelompok. Sementara, penelitian etnografi adalah jenis penelitian yang mengkaji pola budaya dan perspektif partisipan secara ilmiah. Pendekatan netnografi merupakan pendekatan untuk menggunakan Etnografi ketika melakukan penelitian pada komunitas dan budaya di Internet (Kozinets, 2010: 58). Selanjutnya Kozinets (2010: 59) berpandangan bahwa ciri khas Netnografi adalah mengganti studi

lapangan dengan komunikasi berbasis komputer khususnya melalui internet. Data dikumpulkan dengan cara bergabung ke dalam komunitas di internet dan melakukan pengamatan partisipatif. Netnografi menggunakan komunikasi yang dimediasi komputer (internet) sebagai sumber data untuk sampai pada pemahaman etnografi dan representasi dari fenomena budaya atau komunal.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan melakukan teknik triangulasi yaitu dengan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data yang berbeda untuk mencari dan mengumpulkan data. Pada pengumpulan data ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara yang mendalam kepada objek atau informan didalam penelitian, serta dengan melakukan pengamatan dan dokumentasi. Melalui metode ini, penulis dapat mengumpulkan data untuk menganalisis makna pesan moral di dalam motif kain Ulos Batak di media sosial *Facebook*.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan tempat melakukan penelitian. Lokasi tersebut yang merupakan objek yang akan diamati. Dalam penelitian ini, penulis memilih media sosial *Facebook* sebagai lokasi penelitian guna untuk mendapatkan informasi dari pengguna media sosial *Facebook* melalui grup Sejarah Batak.

C. Sumber Data

Menurut Lofland (dalam Moleong, 2013: 157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata kata, tindakan, selebihnya adalah tambahan seperti

dokumen dan lain lain. Sumber data akan diambil dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dalam penelitian etnografi, data merupakan uraian tidak terstruktur sehingga harus dianalisis dengan melakukan interpretasi makna yang diawali melalui observasi, deskripsi dan penjelasan. Pada penelitian kali ini, sumber data yang digunakan yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan teknik yang sudah ditetapkan dan jawaban data primer diperoleh dari hasil analisis pernyataan para pengguna *Facebook* dan wawancara kepada Tokoh Adat Batak.

2. Data Sekunder

Menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo (2013:143) data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara yang diperoleh dan dicatat oleh pihak lain.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian di grup *Facebook* bernama Sejarah Batak yang didirikan pada 17 januari 2015 dan memiliki 37,4 ribu anggota yang didominasi oleh khalayak yang bersuku Batak. Pada grup *Facebook* Sejarah Batak ini, setiap harinya memiliki puluhan unggahan baru setiap harinya mengenai sejarah dan budaya Batak sehingga mendapat informasi dan pengetahuan baru bagi anggota grup. Peneliti beralasan melakukan penelitian di grup Sejarah Batak ini adalah unggahan unggahan yang berada di grup ini bersifat informatif mengenai budaya Batak, termasuk Ulos Batak yang dibahas mengenai arti dan makna dari Ulos tersebut. Narasumber dalam penelitian ini

adalah Tokoh Adat Norman Sidabutar dan informasi melalui unggahan pemilik akun bernama Saut Simbolon, Takko Jagal, Karles Hasiholan Sinaga, Freddy Nainggolan, Jhon Herry Simamora yang merupakan anggota grup yang paling detail dalam membahas budaya Batak khususnya Ulos di grup *Facebook* Sejarah Batak tersebut.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kuswarno (2011: 33), teknik pengumpulan data yang paling utama dalam penelitian etnografi adalah observasi-partisipasi dan wawancara terbuka serta mendalam yang dilakukan dalam jangka waktu yang relatif lama, serta membuat dokumentasi dari setiap pengumpulan data. Penelitian etnografi bukanlah kunjungan singkat dengan daftar pertanyaan terstruktur seperti pada penelitian survey seperti pada penelitian lainnya.

1. Observasi (pengamatan)

Kegiatan observasi meliputi pencatatan secara sistematis kejadian kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu observasi partisipan di mana peneliti hanya melihat, mengamati dan melakukan pencatatan aktivitas melalui interaksi yang terjadi di grup *Facebook* Sejarah Batak yang mencerminkan nilai-nilai budaya yang membahas tentang Ulos Batak di grup tersebut. Melalui proses pengamatan pada objek penelitian tersebut, peneliti dapat menemukan permasalahan tentang pemaknaan Ulos Batak bagi para pengguna *Facebook*.

2. Interview (wawancara)

Susan Stainback (2016: 318) mengemukakan bahwa “*interviewing provide the researcher a means to gain a deeper understanding pf how the participant interpret a situation or phenomenon than can he gained through observation alone*”. Wawancara yang peneliti lakukan dengan mewawancarai salah satu tokoh adat yang mengerti dan memahami makna dan fungsi Ulos. Melalui cara wawancara ini, maka peneliti akan mengetahui hal hal yang lebih mendalam tentang bagaimana gambaran ulos, pemaknaan Ulos dan perubahan makna Ulos yang terjadi di media sosial *Facebook*.

3. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006:158), “Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, raport, agenda dan sebagainya. Dokumentasi dalam penelitian ini untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan bukti dan keterangan dalam proses penelitian mengenai pemaknaan Ulos Batak di media sosial.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah metode penelitian yang banyak dan harus digunakan dalam sebuah penelitian. Metode analisis data merupakan hal penting yang perlu digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian sesuai yang diinginkan. Dalam penelitian etnografi, analisis data tidak dilakukan diakhir pekerjaan, tapi dilakukan pada saat melakukan pekerjaan. Dalam penelitian ini, analisis data tidak perlu menunggu data terkumpul banyak. Analisis data yang dilakukan pada saat

penelitian akan memperkaya peneliti untuk menemukan pertanyaan baru terkait data yang diperoleh, sehingga dengan munculnya pertanyaan baru tersebut, akan memperkaya dan memperdalam penelitian yang dilakukan.

F. Metode Keabsahan Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik triangulasi, yaitu untuk menguji keabsahan data hasil penelitian. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Namun, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Untuk menguji kredibilitas data tentang “Pemaknaan Ulos di Media Sosial (Analisis Semiotika Makna Pesan Moral di Dalam Motif Kain Ulos Batak di *Facebook*”.

2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumen pendukung terhadap informan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada penelitian yang dilakukan di media sosial *Facebook*, khususnya melalui grup *Facebook* Sejarah Batak mengenai pemaknaan Ulos di Media Sosial dilakukan secara sistematis dengan berbagai metode yang dilakukan untuk mendapatkan makna dari Ulos yang diutarakan di lokasi penelitian tersebut. Hasil penelitian yang telah penulis lakukan di media sosial *Facebook* sebagai objek penelitian dengan judul Pemaknaan Ulos di Media Sosial (Analisis Semiotika Makna Pesan Moral di Dalam Motif Kain Ulos Batak di *Facebook*) melalui grup *Facebook* bernama Sejarah Batak dalam hal ini penulis menyimpulkan bahwa Ulos dimaknai salah satu kain tradisional dari etnis Batak yang terdapat di Provinsi Sumatera Utara. Ulos ini dilambangkan sebagai simbol ciri khas dari etnis Batak yang selalu dipakai masyarakat etnis Batak dalam melaksanakan acara adat. Pada umumnya masyarakat Batak hanya memakaikan Ulos di acara adat tertentu, sesuai fungsi dari setiap jenis Ulos yang ada. Di media sosial *Facebook*, terkhusus di salah satu grup yang bernama Sejarah Batak, Ulos dimaknai sebagai kain tradisional yang mengandung pesan moral yang sangat kuat karna memiliki sejarah dan situs budaya yang sudah lama diturunkan oleh leluhur hingga saat ini masih dipakai dan digunakan sebagaimana mesti fungsi dari Ulos tersebut. Hal ini menandakan bahwa Ulos di grup *Facebook* Sejarah Batak digambarkan sebagai salah satu warisan budaya dan memiliki fungsi berbagai macam dan hanya dipakai di dalam acara adat. Ulos ini juga dimaknai sebagai simbol kehidupan, Doa dan

pengharapan bagi etnis Batak sesuai falsafah Batak yakni, *Dalihan Natolu*. Dalam hal ini, makna dan fungsi Ulos saat ini masih sesuai dengan makna Ulos sejak dulu yang turun temurun dan diwariskan oleh generasi penerus sebagai bentuk aset etnis Batak sebagai simbol dan ciri khas etnis Batak.

Sesuai penelitian yang dilakukan oleh penulis, delapan jenis Ulos dimaknai sebagai berikut, Ulos Tujung memiliki makna sebagai simbol dukacita yang diberikan kepada pihak yang pasangannya meninggal dunia dan sebagai simbol menyandang status sebagai janda atau duda, Ulos Ragi Huting dimaknai sebagai Ulos yang dipakai sehari-hari oleh perempuan Batak yang belum menikah (*Naposo Bulung*), Ulos Ragidup diberi makna sebagai simbol kehidupan dan cerminan hidup, Ulos Ragi Hotang memiliki makna sebagai pelindung tubuh dan saat ini sering dibuat menjadi pakaian, Ulos Sitolu Tuho digambarkan sebagai simbol kekerabatan orang Batak sesuai falsafah Batak yakni, *Dalihan Natolu*. Ulos Ragi Sibolang memiliki makna untuk saling menghargai antara laki-laki dan perempuan tanpa adanya perbedaan dan Ulos Mangiring memiliki makna Doa dan pengharapan yang diberikan kepada sipenerima Ulos. Semua jenis Ulos tersebut memiliki makna sesuai falsafah Batak yakni, *Dalihan Natolu* sebagai pedoman etnis Batak. Dengan itu, makna pesan moral Ulos Batak di grup Sejarah Batak tersebut, mayoritas masih memaknai Ulos Batak tersebut sebagai warisan budaya berbentuk kain tradisional yang pada umumnya dipakai dalam acara adat Batak sesuai dengan fungsi dari jenis Ulos yang sudah berlaku sejak dulu.

B. Saran

Media sosial saat ini telah dijadikan sebagai objek bertemunya individu dengan individu lainnya melalui jaringan internet yang dapat terhubung ke seluruh dunia. Salah satu media sosial tersebut adalah, *Facebook* yang peneliti jadikan sebagai objek penelitian ini mengenai Pemaknaan Ulos di Media Sosial. Sesuai hasil penelitian dan pembahasan, Ulos menjadi salah satu aset budaya bangsa yang harus dijaga dan dilestarikan. Dengan adanya Ulos yang saat ini masih digunakan, menandakan bahwa warisan budaya harus dijaga dan jangan sampai langka karena seiring berkembangnya jaman. Dalam hal ini, untuk menghindari hilangnya budaya asli tersebut, perlunya diadakan sosialisasi dan pemberian pemahaman yang mendalam mengenai budaya khususnya Ulos Batak bagi generasi muda. Hal ini dapat dimulai dari keluarga, sekolah sampai dengan peran pemerintah dalam melestarikan budaya asli Indonesia terkhusus bagi etnis Batak untuk menjaga kelestarian Ulos Batak.

Sebagai saran bagi penelitian selanjutnya, diharapkan untuk melakukan pendalaman terkait pemaknaan Ulos di media sosial. Selain itu, perlunya hati hati dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan agar terhindar dari pro dan kontra terkait hasil penelitian yang telah dilakukan, karena mungkin akan menimbulkan terjadinya salah persepsi bagi orang yang beretnis Batak. Hal lainnya, semoga banyak peneliti di masa yang akan datang tertarik untuk mendalami pemaknaan Ulos Batak khususnya di media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Tiktok* dan sebagainya dengan melakukan penelitian secara objektif sesuai dengan keadaan di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardiyanto, Karlinah Elfinaro dan Lukiati Kumala Erdinaya. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Arikunto, S. (2006). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Gultom, Rajamarpodang 1992. *Dalihan Na Tolu Nilai Budaya Batak*. Medan: CV. Armanda.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. (2013). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: BPFE
- Joseph R. Dominic. 2005. *The Dinamycs off Mass Communication*. Edisi 8. New York: McGraw Hill.
- Joseph T. Kappler. 1960. *The Effects of Mass Communication*. Glencoe, Illinois: The Free Press.
- Koentjaraningrat. 1987. *Sejarah Teori Antropologi*. Jakarta: UI, Press.
- Kozinets, R. V. 2010. *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*. California: Sage Publications.
- Kuswarno, Engkus. 2011. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta :. Etnografi Komunikasi. Bandung: PT. Asdi. Mahasatya
- Littlejhon, Stephen W & Karen A. Foss. 2002. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pearce, Kevin J. 2009. *Media and Mass Communication Theories*. dalam *Encyclopedia of Communication Theory*. Los Angeles: Sage Publications
- Peirce, Charles Sanders. 1982. "Logic as Semiotics: The Theory of Sign".
Bloomington: Indiana Universty Press
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Ratna, Nyoman Kutha, 2005. *Sastra dan Cultural Studies: Respresentasi Fiksi dan Fakta*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Sobur, Alex. 2009. *Semiotika komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Stainback, Susan. 2014. *Understanding & Conducting Qualitative Research*. Bandung: Alfabeta.

Vera, Nawiroh. 2015. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Vergouwen. 1986. *Masyarakat dengan Hukum Batak Toba*. Jakarta: PT. Jaya Karta Agung Offset.

Jurnal

Agustina, Candra. 2016. *Makna dan Fungsi Ulos dalam Adat Masyarakat Batak Toba di Desa Talang Mandi Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis*, Jom FISIP, 3(1), 14.

Darmawan, Yondhi. 2015. *Makna Simbolik Ulos dalam Pernikahan Adat Istiadat Batak Toba di Bakkara Kecamatan Baktiraja Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara*, Jom FISIP, 2(2), 6-9.

Magalhaes, Augusta De Jesus. 2021. *Nilai Tais Dalam Tradisi Kematian Masyarakat Suku Kemak Di Kabupaten Belu*, *Jurnal Ekonomi, Sosial, dan Humaniora*, Jurnal Ilmu Komunikasi J-IKA 2(08), 52-54.

Septiadi, Ali Akbar. 2018. *Analisis Deskriptif Pesan Motif Belang Hatta Pada Sarung Tenun Samarinda*, Jom FISIP, 6(1), 178-179.

Sirait, Destien Mistavakia dan Hidayat Dasrun. 2015. *Pola Komunikasi pada Prosesi Mangulosi dalam Pernikahan Adat Batak Toba*, Jurnal Ilmu Komunikasi J-IKA, 2(1), 29-30.

Sulvinajayanti, Cangara Hafield dan Bahfiarti Tuti. 2015. *Makna Pesan Komunikasi Motif Kain Sutera Sengkang Pilihan Konsumen di Kota Makassar*, Jurnal Komunikasi KAREBA 4(1), 39-40.

Internet

Kamus Besar Bahasa Indonesia (Daring). Tersedia di kbbi.web.id/ulos. Diakses 18 april 2022.

https://web.facebook.com/groups/Sejarah.Batak/?_rdc=1&_rdr

DAFTAR LAMPIRAN

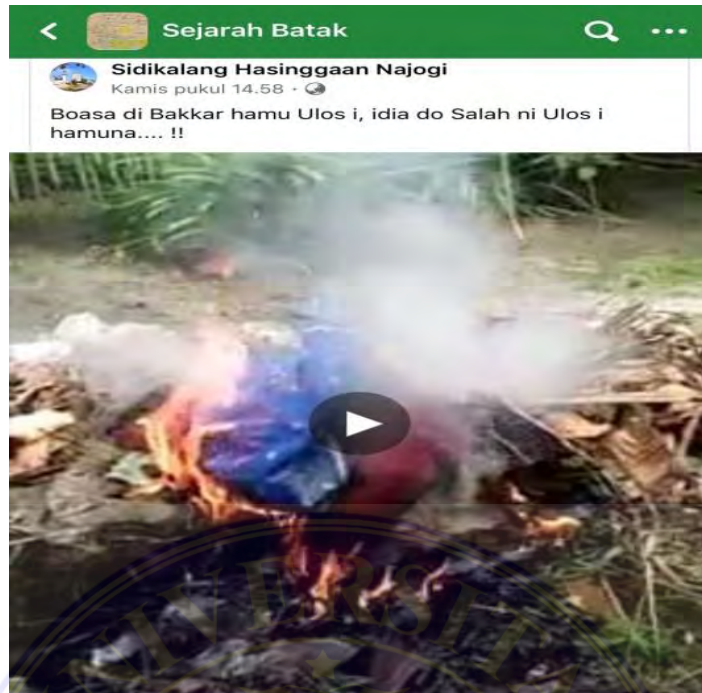
1. Foto Unggahan Tentang Ulos di Grup *Facebook* Sejarah Batak



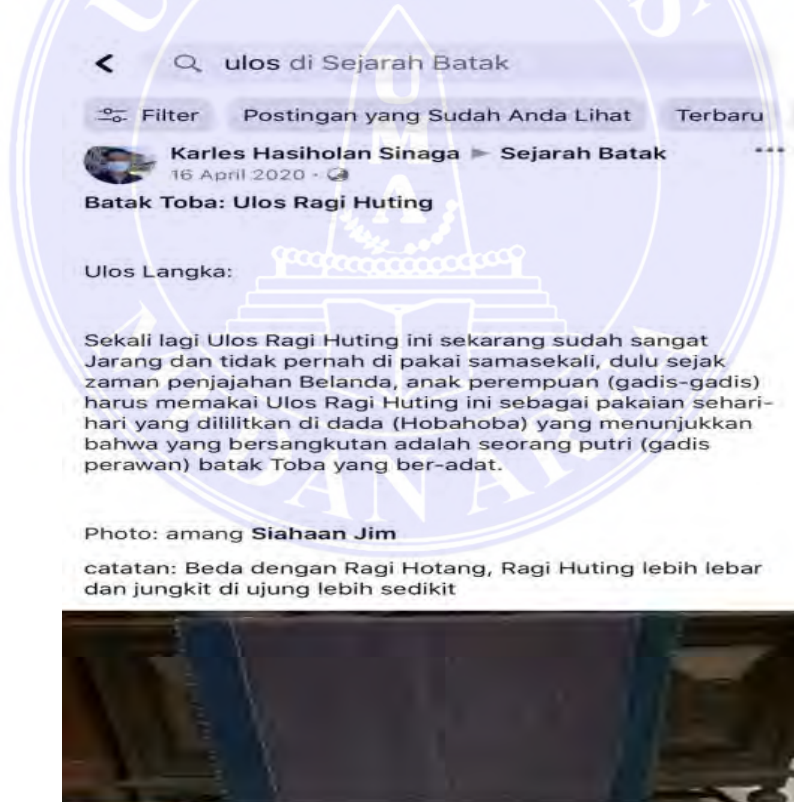
(Diunggah oleh Saut Simbolon pada Tanggal 21 September 2020)



(Diunggah oleh Saut Simbolon pada Tanggal 9 September 2020)



(Diunggah oleh Saut Simbolon pada Tanggal 9 September 2020)



(Diunggah oleh Saut Simbolon pada Tanggal 9 September 2020)



(Diunggah oleh Raja Simbolon Batubara pada Tanggal 10 Juni 2020)



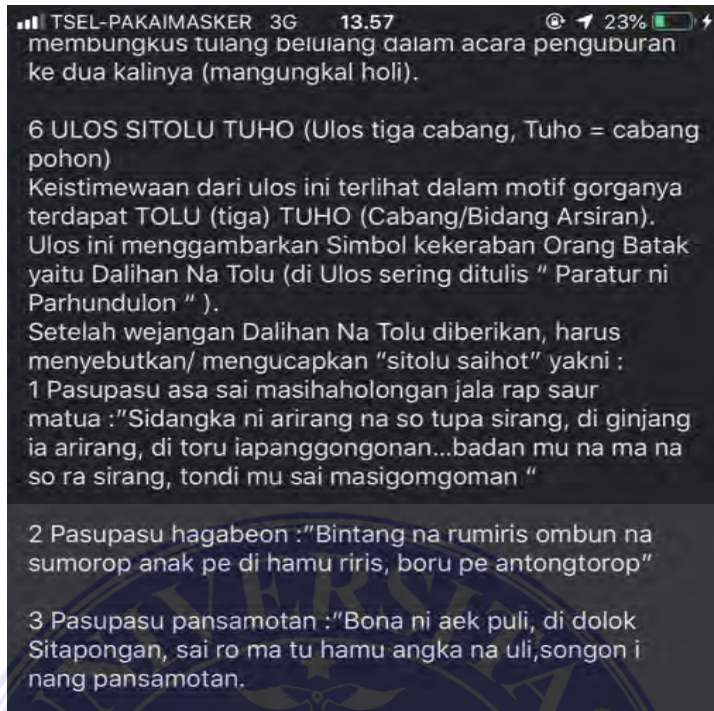
(Diunggah oleh Takko Jagal pada Tanggal 7 Mei 2020)



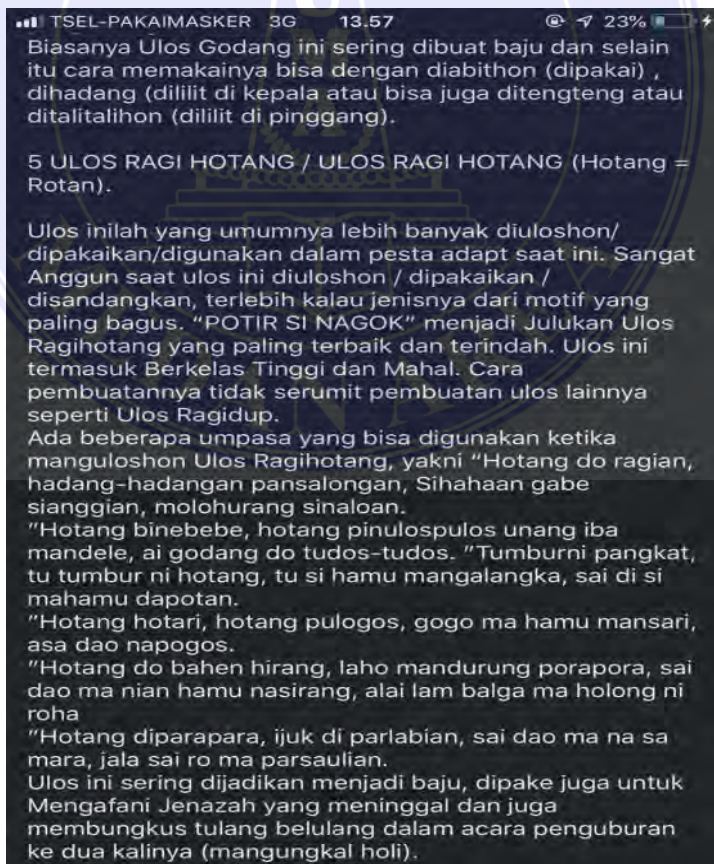
(Diunggah oleh Takko Jagal pada Tanggal 7 Mei 2020)



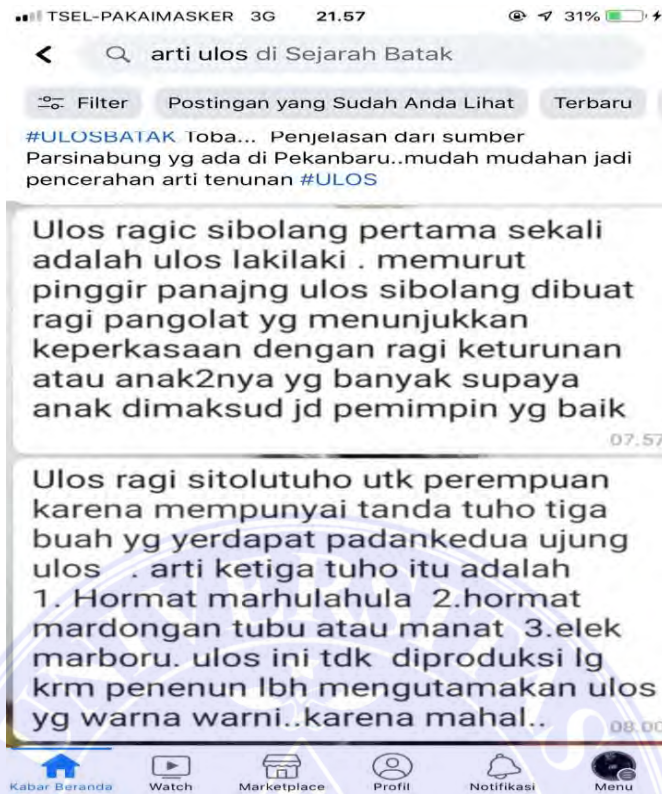
(Diunggah oleh Takko Jagal pada Tanggal 7 Mei 2020)



(Diunggah oleh Takko Jagal pada Tanggal 7 Mei 2020)



(Diunggah oleh Takko Jagal pada Tanggal 7 Mei 2020)



(Diunggah oleh Van Den Bosch Sitanggang pada Tanggal 30 Agustus 2020)

2. Wawancara dengan Tokoh Adat Batak Kapten CPM Norman Sidabutar



DAFTAR PERTANYAAN

Narasumber : Norman Sidabutar

Pertanyaan 1 : Apakah yang dimaksud dengan Ulos Batak secara umum menurut pandangan adat?

Jawaban:

“Ulos I, ima kain tradisional ni halak hita Batak ima digoarhon Ulos Batak. Ulos on dipangke jala dipatorus omputta naparjolo tu angka pinomparna. Ulos on godang jala sude ulos dang sarupa gunana naboi tabereng di angka ulaon adat Batak”.

Artinya adalah, “Ulos ini dipakai dan diwariskan secara turun termurun oleh nenek moyang etnis Batak. Ulos Batak memiliki banyak jenis dan memiliki fungsi yang berbeda beda yang dapat dilihat dari acara adat Batak yang dilaksanakan”.

Pertanyaan 2: Apa saja jenis Ulos Batak dan makna dari Ulos yang paling umum di gunakan dalam acara adat Batak?

Jawaban:

“Ragam ni Ulos mancai godang do, alai dang sude hita naumbotosa di ganup jolma, alani perkembangan saonari on nambaen Ulosi lam gabe sornop dang tarida sude. Saonarion Ulos paling ditanda jolma ima Ulos Ragi Hotang, on ima na dipakke tu sude ulaon adat nadipakke ni ima angka baoba, na imana gabe Ama, Hula Hula. Alai molo Boru do dang mamakke Ulos. Ima sada Ulos na iboto jolma, ala haidaan do torus di ganup pesta. Alai intina, Ulos i impolana ima sebagai simbol dohot ciri khas ni adat Batak, jala dohot tangiang dohot dosniroha ni tangiangna ma di Ulos i”

“Jenis Ulos sangat banyak, akan tetapi tidak semua orang mengetahui hal tersebut karena perkembangan jaman saat ini membuat keberadaan Ulos menjadi redup dan tidak terlihat. Saat ini Ulos yang paling dikenali adalah Ulos *Ragi Hotang*, yaitu jenis Ulos yang dipakai untuk semua acara adat yang dipakai oleh kaum laki laki, yang posisinya adalah seorang ayah, dan saudara laki laki perempuan yang sudah menikah atau saudara dari ibu. Tetapi perempuan tidak memakai Ulos *Ragi Hotang* tersebut. Hal ini membuat Ulos *Ragi Hotang* merupakan salah satu jenis Ulos yang paling dikenali karena terus terlihat di acara pesta adat Batak. Intinya, makna dari Ulos adalah sebagai simbol dan ciri khas adat Batak yang berisikan Doa dan pengharapan dalam pemberian Ulos tersebut”