

BAB I

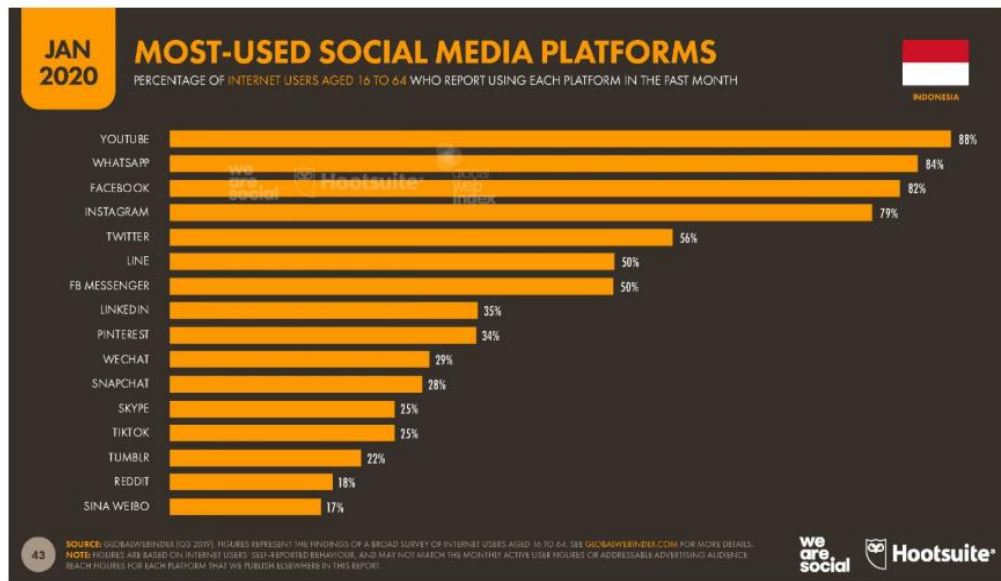
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan peristiwa di mana manusia berinteraksi sosial dengan manusia lainnya. Seiring berjalannya waktu, banyak penemuan baru di bidang komunikasi yang membantu memudahkan segala pekerjaan manusia. Kecanggihan teknologi dalam bidang komunikasi membantu manusia dalam hal mengakses informasi dan berkomunikasi tanpa mengenal batas jarak dan waktu. Informasi sendiri merupakan hal yang sangat penting bagi manusia karena mereka dapat mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi di sekitar lingkungannya. Dengan informasi, pengetahuan manusia juga akan semakin luas. Salah satu penemuan terpenting saat ini adalah internet. Internet merupakan media berkomunikasi dan informasi yang sudah menjadi suatu kewajiban untuk dimiliki oleh seseorang. Sifatnya yang fleksibel dan interaktif menjadi kelebihan tersendiri dibandingkan dengan media lainnya. Kini media konvensional, seperti majalah, koran, televisi, dan radio sudah mulai ditinggalkan. Masyarakat di zaman sekarang banyak menggunakan internet untuk mengakses media sosial.

Media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dan berbagi informasi secara *online* tanpa perlu bertatap muka langsung. Umumnya, masyarakat menggunakan media sosial untuk berbagi informasi seputar kehidupan mereka. Beberapa aplikasi media sosial yang banyak digunakan oleh manusia adalah Facebook, Youtube, Twitter, Whatsapp, Line, dan Instagram. Aplikasi-aplikasi tersebut dapat digunakan oleh siapa pun tanpa terbatas umur, jenis kelamin, pekerjaan, maupun status sosial sehingga sangat fleksibel pemanfaatannya.

Gambar 1.1 Data Media Sosial Terpopuler di Indonesia

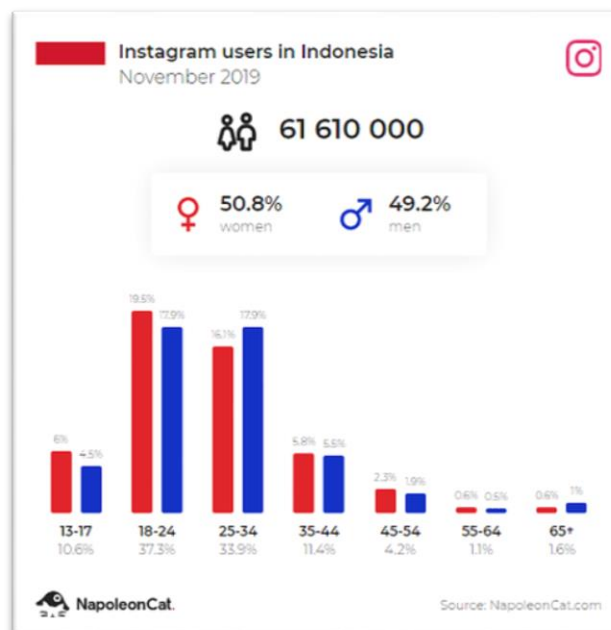


(Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia> diakses pada 28 Juli 2020 pukul 14.46 WIB)

Berdasarkan data dari perusahaan riset We Are Social di atas, urutan lima teratas media sosial terpopuler yang digunakan di Indonesia hingga bulan Januari 2020 adalah Youtube dengan presentase 88%, Whatsapp dengan presentase 84%, Facebook dengan presentase 82%, Instagram dengan presentase 79%, dan Twitter dengan presentase 56%.

Instagram merupakan aplikasi yang terbilang populer di Indonesia. Instagram merupakan aplikasi media sosial untuk berbagi foto dan video antarpenggunanya melalui jaringan internet. Terdapat beragam fitur yang ditawarkan oleh Instagram, namun tidak oleh aplikasi media sosial lainnya. Instagram memberikan kemudahan kepada para penggunanya untuk mengunggah foto dan video yang dapat dipercantik dengan beragam efek sekaligus menandai akun lain, mencantumkan lokasi, serta memberi keterangan unggahan melalui penulisan *caption*.

Gambar 1.2 Data Pengguna Instagram di Indonesia oleh NapoleonCat



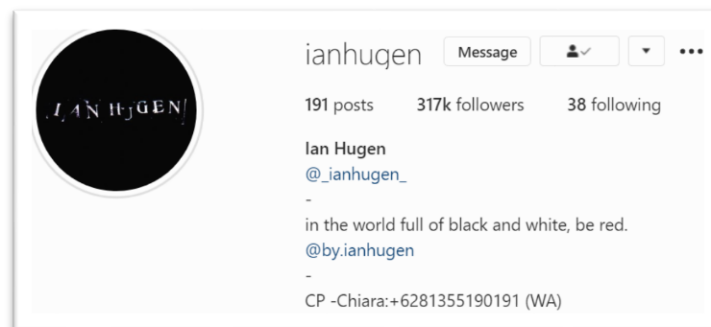
(Sumber : <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia> diakses pada 28 Juli 2020 pukul 15.07 WIB)

Menurut data dari perusahaan analis NapoleonCat yang diunggah oleh Kompas.com, jumlah pengguna aktif Instagram hingga bulan November 2019 mencapai 61,610 juta pengguna. Jumlah tersebut naik tipis dari bulan sebelumnya, yakni 59,840 juta. Pengguna dengan rentang usia 18 – 24 tahun merupakan yang paling besar di Indonesia dengan presentase 37,3%. Peringkat kedua adalah pengguna berusia sekitar 25 – 34 tahun dengan presentase 33,9%.

Dalam Instagram terdapat berbagai jenis akun dengan beragam tema unggahan, seperti hiburan, olahraga, *fashion*, film, pariwisata, fotografi, dan sebagainya. Satu yang menarik adalah akun yang mengunggah mengenai puisi-puisi pendek atau kata-kata motivasi dalam bentuk kutipan atau *quotes*. Banyaknya akun yang mengunggah konten berupa *quotes* kehidupan ini sangatlah menarik karena untuk para pengguna yang menyukainya akan menjadi sebuah motivasi tersendiri bagi mereka. Tema yang diangkat pun beragam, seperti mengenai keluarga, cinta, kesedihan, dan yang paling menarik adalah mengenai mencintai diri sendiri

dikarenakan sedang maraknya kampanye mengenai kesehatan mental. Salah satu akun Instagram yang kontennya berisi kutipan-kutipan kehidupan adalah akun Instagram @ianhugen.

Gambar 1.3 Profil Akun Instagram @ianhugen



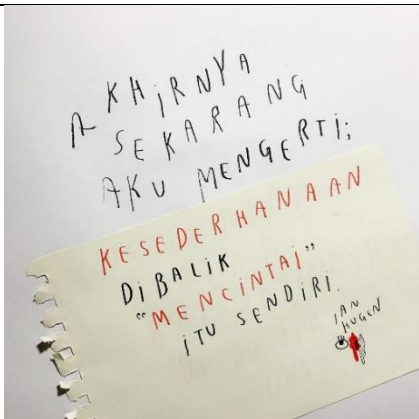
(Sumber : <https://www.instagram.com/ianhugen/?hl=en> diakses pada 28 Juli 2020 pukul 15.27 WIB)

Pemilik nama asli Insan Anugrah Nirwana ini merupakan salah seorang mahasiswa jurusan *fashion management* di Universitas Bina Nusantara. Ia juga merupakan pemilik akun Instagram @ianhugen. Lahir di Makassar sebagai seorang laki-laki, Ian yang tadinya hanya masyarakat biasa akhirnya menjadi topik perbincangan hangat di kalangan anak muda. Hal ini dikarenakan unggahan video di media sosial Youtube terkait pengakuan dirinya sebagai seorang genderqueer. Ian mengungkapkan dirinya sebagai seorang genderqueer dalam sebuah video berjudul “Dari Perspektif Ian Hugen Tentang Menjadi Seorang Genderqueer dan Mencintai Diri Sendiri” yang diunggah oleh akun Youtube Menjadi Manusia pada tanggal 30 Maret 2019. Hal ini menjadi banyak diperbincangkan karena belum ada orang yang secara terang-terangan berani mengakui dirinya sebagai sosok berbeda dengan stereotip negatif yang melekat di benak masyarakat Indonesia. Terhitung tanggal 28 Juli 2020, video tersebut telah ditonton oleh sebanyak 330.112 orang dengan lebih dari 1.400 komentar dan 15.000 memberikan tanda suka, serta 592 orang memberikan tanda tidak suka. Dalam video berdurasi 35 menit 51 detik tersebut, Ian secara tegas mengakui identitas dirinya sebagai seorang genderqueer dan menceritakan pengalaman hidupnya

yang cukup sulit dikarenakan perbedaan yang ada dalam dirinya. Menurutnya, pengalaman-pengalaman tersebutlah yang membuat dirinya yang sekarang menjadi lebih bijak dan dewasa. Komentar-komentar yang diberikan pun banyak yang positif dan negatif, namun kebanyakan lebih fokus kepada kata-kata motivasi yang dilontarkan oleh Ian dalam video tersebut.

Selain dikenal dari video Youtube terkait pengakuan dirinya sebagai seorang Queer, nama Ian Huguen juga terkenal di media sosial Twitter. Dengan nama akun yang sama, yakni @ianhugen, Ian banyak sekali mengunggah cuitan-cuitan berupa kata-kata motivasi atau *quotes* mengenai kehidupan. Diketahui, Ian telah aktif di Twitter semenjak bulan Mei 2019. Terhitung tanggal 28 Juli 2020, akun Twitter @ianhugen telah diikuti oleh lebih dari 114.000 pengguna dan memiliki sebanyak 1.454 unggahan Tweet. Selain cuitan mengenai kata-kata motivasi atau curahan hati bernada galau, Ian juga kerap mengunggah foto-foto pribadi yang menampilkan dirinya sendiri. Akun Twitter Ian juga banyak mengunggah informasi mengenai kos-kosan di Jakarta yang dilengkapi dengan testimoni atau penilaian pribadi dirinya sehingga isi akun Twitter-nya tidak melulu mengenai kutipan kehidupan, tetapi juga mengenai hal lain yang bersifat lebih umum dan informatif.

Tabel 1.1 Contoh Unggahan Akun Instagram @ianhugen

NO.	UNGAHAN	KETERANGAN
1.		Diunggah tanggal 19 Februari 2019 Sumber : https://www.instagram.com/p/BuEXgmLH1eE/ Like : 94.360 Comment : 3.258 Caption : tidak perlu basa basi; sekarang aku mengerti. Kesederhanaan dibalik proses 'Mencintai' itu sendiri. #byIanHugen

2.		Diunggah tanggal 16 Juni 2019 Sumber : https://www.instagram.com/p/Byxji6Ipb1r/ Like : 65.339 Comment : 1.946 Caption : Kita seringkali menunda-nunda perpisahan yang sebenarnya memang sudah ditakdirkan terjadi. Padahal kau tidak pernah tau kan, Apa dan Siapa yang justru akan datang setelah perpisahan yang kau terus tunda itu nantinya terjadi? Hidup itu begitu indah untuk kau sia-siakan. Bayangkan, ada jutaan insan dimuka bumi; jangan sampai kau membuang-buang waktu mu selama ini hanya untuk menunggu orang yang salah. Lepaskan. Semua itu karna kamu kuat dan kamu pasti bisa tanpanya. Ok? #byIanHugen
3.		Diunggah tanggal 12 Mei 2019 Sumber : https://www.instagram.com/tv/BxXZYGKnKMZ/ Views : 170.379 Comment : 638 Caption : #SundayTalks - Maafkan kehadiran ku di Instagram

4.		Diunggah tanggal 9 Juni 2019 Sumber : https://www.instagram.com/tv/ByftS7Aj9Hb/ Views : 170.066 Comment : 934 Caption : <u>#SUNDAYTALKS</u> - Ngomongin LGBTQ <u>#PrideMonth</u> 🏳️‍🌈 A special content for my people, my community, and my family. To all wonderful and strong rainbow warriors out there; Happy <u>#PrideMonth</u> ! Stay true to who you are cause you're wonderful just the way u are. 🏳️‍🌈❤️👍
----	---	--

(Sumber : Dokumentasi Peneliti, pada 28 Juli 2020 pukul 15.30 WIB)

Akun Instagram @ianhugen memiliki pengikut sebanyak 317.000 dengan unggahan foto maupun video sebanyak 191 terhitung tanggal 28 Juli 2020. Akun Instagram @ianhugen banyak mengunggah foto berisi kutipan-kutipan motivasi atau curhatan mengenai kehidupan dan video-video menarik yang dibuat atas dasar perasaan atau pengalaman pribadi. Unggahan foto dan video tersebut diperkuat dengan penulisan *caption* yang menarik dan sederhana karena penggunaan bahasanya yang tidak kaku. Jumlah unggahan foto pada akun Instagram @ianhugen ada 191 dan 10 video dengan 3 video berdurasi pendek dan 7 video berdurasi panjang berupa IGTV. Akun Instagram @ianhugen juga terbilang unik karena merupakan akun pribadi yang tidak banyak berisi foto-foto pribadi. Di samping perbedaan pada identitas dirinya yang dipandang sebelah mata oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia, Ian mampu membuktikan bahwa dirinya juga bisa menciptakan karya-karya positif. Karya-karya tersebut ditunjukkan melalui beragam unggahan pada akun Instagram-nya dengan menyebarkan pesan-pesan positif yang didapatkan melalui pengalaman pribadi. Kemudian yang menjadi keunikan tersendiri dari konten-kontennya adalah

pencantuman tagar #byianhugen karena memang semua unggahannya dibuat atas hasil pemikiran atau karya pribadi pemilik akun.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan analisis resepsi. Menurut Stuart Hall (dalam Yunika, 2019), teori resepsi mengacu pada proses *decoding* atau penerimaan dan pemaknaan khalayak terhadap isi pesan media sehingga analisis resepsi pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembacaan audiens mengenai pesan yang disampaikan oleh akun Instagram @ianhugen. Analisis resepsi berfokus pada media dan audiens. Akun Instagram @ianhugen berperan sebagai media sekaligus objek dalam penelitian ini dan pengikut akun Instagram @ianhugen berperan sebagai audiens sekaligus subjek penelitian. Dalam memaknai pesan, perbedaan pengalaman dan latar belakang audiens berpengaruh terhadap perbedaan pemahaman atau respon mereka. Peneliti menggunakan teori analisis resepsi milik Stuart Hall. Di zaman serba digital saat ini, audiens tidak lagi dipandang sebagai penerima pasif, namun audiens sudah dipandang sebagai penerima aktif yang dapat meresepsi dan memproduksi makna berdasarkan pengalaman pribadi masing-masing sehingga timbul beragam pemaknaan dari suatu pesan yang disampaikan oleh media. Seperti halnya Littlejohn (dalam Yunika, 2019) yang menyatakan bahwa khalayak memiliki kebebasan dalam mengartikan isi pesan media tergantung pada latar belakang berbeda dari tiap individunya. Maka dari itu, judul dari penelitian ini adalah “Resepsi Khalayak terhadap Unggahan Akun Instagram @ianhugen (Studi Kualitatif Deskriptif pada Pengikut Akun Instagram @ianhugen)”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah “Bagaimana resepsi khalayak terhadap unggahan akun Instagram @ianhugen?”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan fokus penelitian yang telah ditentukan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses pemaknaan khalayak terhadap unggahan akun Instagram @ianhugen?
2. Bagaimana pola pemikiran khalayak dalam memaknai pesan unggahan akun Instagram @ianhugen?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat di atas, tujuan dari analisis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui proses pemaknaan khalayak terhadap unggahan akun Instagram @ianhugen.
2. Untuk mengetahui pola pemikiran khalayak dalam memaknai pesan unggahan akun Instagram @ianhugen.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan untuk mengembangkan, memperdalam, dan menambah wawasan mengenai bidang kajian Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti juga ingin masyarakat lebih terbuka terhadap suatu fenomena yang mungkin memang tidak biasa atau tabu agar dapat menyikapinya dengan lebih kritis. Selain itu, peneliti juga ingin masyarakat dapat melihat sesuatu melalui lebih dari satu sudut pandang agar tidak selalu memberikan penilaian negatif, tetapi juga dapat melihat sisi positifnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat positif dan dapat dijadikan sebagai masukan terhadap pihak-pihak terkait. Selain itu, penelitian ini juga dijadikan sebagai sarana untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari oleh peneliti selama masa perkuliahan.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian

KEGIATAN	WAKTU										
	Sep '19	Okt '19	Jan '20	Feb '20	Mar '20	Mei '20	Jun '20	Jul '20	Agu '20	Sep '20	Des '20
Mencari topik, referensi, dan data penelitian											
Pembuatan proposal penelitian											
Desk Evaluation											
Revisi DE											
Wawancara informan											
Pembuatan analisis dan pembahasan											
Penarikan kesimpulan											
Sidang Akhir											

(Sumber : Data Olahan Peneliti 2020)