

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada masa ini Astrologi sedang populer dibahas masyarakat, terutama di kalangan Milenial menurut American Psychological Association. Astrologi lebih populer pada kaum Millennial dan Generasi Z karena mereka cenderung lebih mempercayai tanda-tanda zodiak dibandingkan agama. Menurut CBS News, Millennial dan Generasi Z lebih memiliki tingkat stress yang tinggi, ketidakpastian, dan kurang religius daripada generasi sebelumnya. Kedua generasi ini sedang mencari bimbingan, yang menyebabkan sebagian dari mereka beralih ke astrologi. Beberapa percaya bahwa kaum Millennial lebih mendasarkan kepercayaan mereka pada astrologi.

Faktor lainnya adalah Milenial dan Generasi Z tumbuh dan berkembang di dunia online, yang mengarah pada tingkat konsumsi yang lebih besar dari semua jenis informasi. Banyak akun media sosial yang didedikasikan untuk horoskop dan tanda-tanda zodiak juga dikaitkan dengan bagaimana astrologi menjadi topik yang sering dibahas (Sumber: <https://www.cbsnews.com/news/millennials-turning-to-astrology-to-combat-stress/>) (Diakses tanggal 5 Juli 2020, pukul 21:00 WIB)

Generasi Milenial lebih nyaman hidup diantara skeptisisme dan keyakinan karena mereka telah menghabiskan begitu banyak hidup mereka secara online, di ruang lain yang nyata dan tidak nyata pada saat yang sama. Banyak orang menganggap astrologi adalah pengingat bahwa sesuatu tidak harus nyata untuk merasa benar. Menurut Anabel, seorang staf astrolog di Broadly mengatakan bahwa ia menangani astrologi dengan sangat serius, tetapi ia juga tidak selalu mempercayainya karena menurutnya astrologi adalah cara untuk refleksi diri, bukan agama atau sains. Astrologi adalah cara untuk melihat dunia dan cara berpikir tentang berbagai hal. Dapat dilihat dari kutipan tersebut bahwa setiap orang memiliki pandangan yang berbeda tentang astrologi (Sumber: <https://www.theatlantic.com/health/archive/2018/01/the-new-age-of-astrology/550034/>) (Diakses tanggal 26 Mei 2021, pukul 17.50 WIB)

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, penggunaan media untuk mengakses informasi khususnya mengenai zodiak/astrologi pun semakin berkembang. Munculnya media baru juga memunculkan aplikasi bernama Instagram. Instagram didirikan pada tahun 2010. Ide utama membangun aplikasi Instagram adalah untuk membantu pengguna memposting foto seperti Polaroid, yang dapat diatur menggunakan filter dan waktu maksimum untuk berbagi video adalah 15 detik. Dengan cara ini, orang dapat melihat dunianya melalui kreativitas. Pada saat ini, Instagram memiliki lebih dari 150 juta pengguna aktif bulanan. Rata-rata, 16 miliar foto dibagikan setiap hari, 55 juta foto diunggah, dan 1,2 miliar *likes* diterima setiap hari (Sumber: <https://newaudiencemedia.com.au/brief-history-of-instagram/>. (Diakses tanggal 5 Juli 2020, pukul 19.45 WIB)

Negara Indonesia mempunyai banyak pengguna dari Instagram yang paling besar ke-4 dari seluruh dunia. Didasarkan melalui data-data yang dilansir dari [statista.com](https://www.statista.com) pada bulan Oktober tahun 2019 banyaknya pengguna dari Instagram pada negara Indonesia mencapai 60 juta dengan 3 peringkat dibawah pengguna dari USA yang mencapai 116 juta.



Gambar 1.1
Data pengguna Instagram Indonesia

(Sumber: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/01/>

(Diakses tanggal 6 Juli 2020, pukul 9.30 WIB)

NapoleonCat mengategorikan pengguna Instagram berdasarkan jenis kelamin. Di antara 62,230,000 juta ini, pengguna Instagram sebagian besar adalah perempuan, terhitung 51%, sedikit berbeda dari pengguna laki-laki yang terhitung 49%. Selain itu, NapoleonCat juga mengategorikan pengguna Instagram berdasarkan umur. Umur 13-17 tahun, 18-24 tahun, 25-34 tahun, 35-44 tahun, 45-54 tahun, 55-64 tahun, sampai 65 tahun ke atas. Aplikasi Instagram saat ini digunakan untuk banyak hal, mulai dari personal, campaign, trading, meme hingga akun bertema astrologi. Secara umum, orang mengkonsumsi media dengan cara dan pemahaman yang berbeda.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh NapoleonCat pada Januari 2020, dapat dikatakan bahwa kalangan yang berusia 18-24 tahun paling mendominasi penggunaan Instagram merupakan kalangan mahasiswa. Bagi mahasiswa, memiliki pengetahuan lebih diluar akademis pun penting untuk mengikuti tren baik itu untuk sekedar hiburan maupun menambah pengetahuan, salah satunya dengan cara mengikuti akun Instagram yang membahas tentang zodiak.

Dengan adanya inovasi dan teknologi, tren zodiak semakin tersebar dan terkenal terutama pada aplikasi Instagram yang didominasi oleh generasi Z. Oleh karena itu, semakin banyak akun bertema zodiak yang dapat ditemukan di Instagram baik dari luar negeri maupun dalam negeri yang memiliki ciri khas tersendiri.

Tabel 1.1

Daftar akun Instagram yang memuat konten tentang Astrologi dan jumlah pengikut

No	Nama Akun	Deskripsi Akun	Kategori Akun	Jumlah Pengikut	Keunikan
1.	@costarastrology	Akun Instagram yang berasal dari New York, Amerika Serikat ini membahas karakteristik zodiak berdasarkan beberapa situasi kehidupan	<i>App Page</i>	1.700.000 (5 November 2020 – 8 September 2021)	Pembahasan zodiak lebih mendalam hingga ke <i>moon sign</i> , <i>venus</i> , <i>rising</i> , <i>mercury</i> . Tampilan halaman Instagram monokrom dan simpel.
2.	@drunkstrology	Akun yang juga berasal dari Amerika Serikat dengan konten meme/lelucon berdasarkan zodiak	<i>Meme</i>	815.000 (5 November 2020 – 8 September 2021)	Pembahasan lebih mengarah pada <i>entertainment</i> dimana drunkstrology menggunakan meme sebagai cara untuk

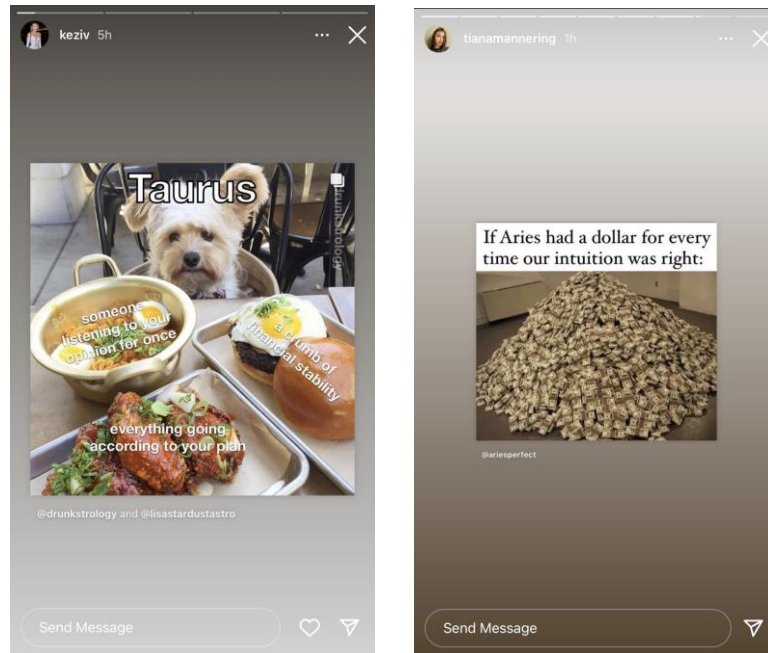
No	Nama Akun	Deskripsi Akun	Kategori Akun	Jumlah Pengikut	Keunikan
					menjelaskan konten zodiak.
3.	@amazing	Seorang penulis sekaligus <i>influencer</i> Indonesia dengan konten kreatif mengenai karakteristik manusia melalui zodiak	<i>Author</i>	536.000 (5 November 2020 – 8 September 2021)	Amazing menggunakan fitur <i>highlight</i> untuk membuat konten zodiak dan dikaitkan dengan beberapa karakter yang ada di film, contohnya: Harry Potter & Crash Landing On You. Selain itu, amazing sering berinteraksi dengan para pengikutnya.
4.	@nadinejane_astrology	Seorang <i>astrologist</i> Amerika Serikat yang membagikan informasi seputar astrologi, zodiak dan horoskop.	<i>Astrologist</i>	248.000 (5 November 2020 – 8 September 2021)	Menggunakan desain grafis yang bervariasi untuk menyampaikan konten zodiaknya, dan juga membahas tentang horoskop.
5.	@godvin	Seorang <i>copywriter</i> berasal dari Indonesia yang profil Instagramnya berisikan tentang karakter zodiak dan ilmu tentang <i>birth chart</i> .	<i>Astrologist</i>	28.400 (5 November 2020 – 8 September 2021)	Fokus kepada karakter zodiak, kekurangan dan kelebihan seseorang berdasarkan zodiaknya.

(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

Berdasarkan pra-riset yang dilakukan peneliti dari 5 November 2020 hingga 8 September 2021 dengan mendata akun yang memuat konten mengenai astrologi melalui *platform* Instagram maka dapat disimpulkan dari tabel di atas, Pertama @costarastrology adalah akun yang memiliki pengikut terbanyak yaitu sejumlah 1.700.000. Konten yang mereka miliki adalah pembahasan karakteristik zodiak

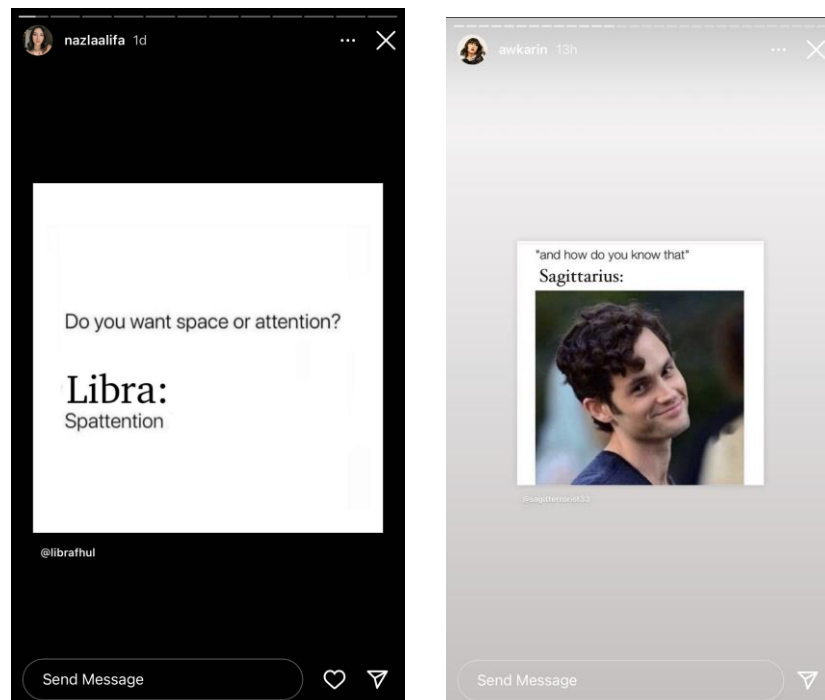
berdasarkan beberapa situasi kehidupan, namun tujuan utama dari akun tersebut adalah untuk mempromosikan aplikasi Co-Star yang tersedia di iOS dan Android. Kedua, @drunkstrology merupakan akun meme bertema zodiak yang memiliki pengikut terbanyak dibandingkan akun meme zodiak lainnya, yaitu sebanyak 815.000 pengikut. Ketiga, @amazing. Ia adalah seorang penulis sekaligus *influencer* Indonesia dengan konten kreatif mengenai karakteristik manusia melalui zodiak yang cukup terkenal dikalangan millennial di Indonesia, dengan 536.000 pengikut. Keempat, @nadinejane_astrology, seorang *astrologist* Amerika dengan pengikut sebanyak 248.000 yang membagikan informasi seputar astrologi, zodiak dan horoskop melalui akun Instagramnya. Kelima, @godvin. Hampir sama dengan @amazing, akun ini juga membahas tentang karakteristik manusia melalui zodiak namun dengan penyampaian dan konten kreatif yang berbeda dengan 28.400 pengikut.

Dalam Instagram terdapat berbagai jenis akun yang memberikan informasi yang berbagai macam seperti karakteristik zodiak berdasarkan beberapa situasi kehidupan, konten meme/lelucon berdasarkan zodiak, ilmu astrologi hingga horoskop yang banyak diikuti kalangan berusia 18-24 tahun. Sesuai dengan data statistik yang ada pada Gambar 1.1, Data pengguna Instagram Indonesia menyatakan bahwa pengguna Instagram yang paling aktif berasal dari kalangan usia 18-24 tahun yaitu sebanyak 59%. Ketertarikan para remaja terhadap karakteristik diri sendiri berdasarkan ramalan zodiak menjadikan mereka cukup aktif mengikuti beberapa akun yang terkait dan seringkali ditemukan beberapa *Influencer* di media sosial Instagram yang termasuk ke dalam generasi Milenial dan Z yang mengunggah ulang konten mengenai zodiak pada fitur Instagram *Sory*.



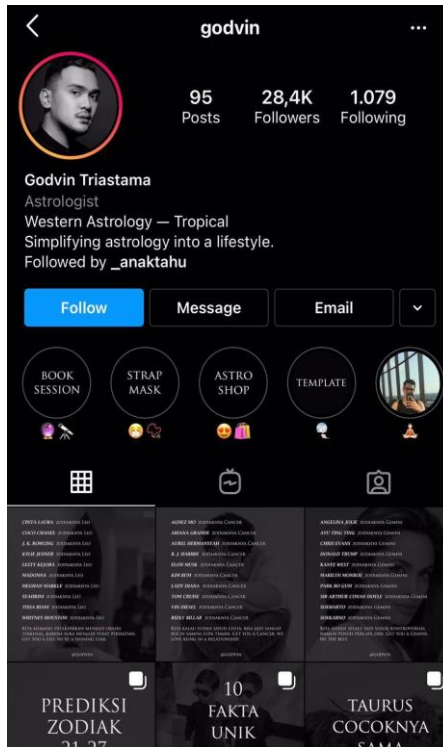
Gambar 1.2

Postingan Instagram Story oleh Influencer @keziv & @tianamannering
 (Sumber: Dok. Peneliti, diambil pada tanggal 23 November 2021, pukul 11.05 WIB)



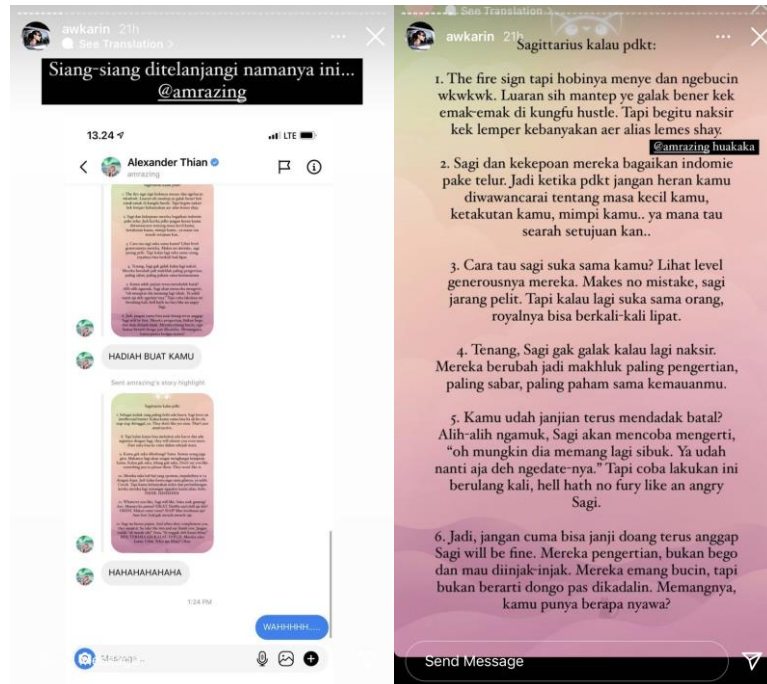
Gambar 1.3

Postingan Instagram Story oleh Influencer @nazlaalifa & @awkarin
 (Sumber: Dok. Peneliti, diambil pada tanggal 4 Januari 2022, pukul 20.50 WIB)



Gambar 1.5
Data Jumlah *Followers* Instagram @godvin
 (Sumber: dokumen pribadi peneliti, 2021)

Kedua gambar di atas menunjukkan profil Instagram @amazing dan @godvin memiliki peningkatan *followers* semenjak pra-riset yang dilakukan peneliti per tanggal 5 November 2020. Namun @amazing tetap menduduki posisi *followers* terbanyak dibandingkan akun penyedia karakter zodiak lainnya di Indonesia, yaitu sebanyak 536.000 *followers*, per tanggal 8 September 2021. Selain itu, Alexander Thian selaku pemilik akun @amazing sendiri menulis buku yang berjudul *#LetMeTellYouAStory About Zodiac* yang sudah terjual lebih dari 3000 *copy* dengan penilaian yang sangat baik dari para pembelinya. Kemudian ditemukan beberapa *Influencer* yang kerap menanggapi konten zodiak yang diunggah oleh @amazing, salah satunya adalah @awkarin.



Gambar 1.6

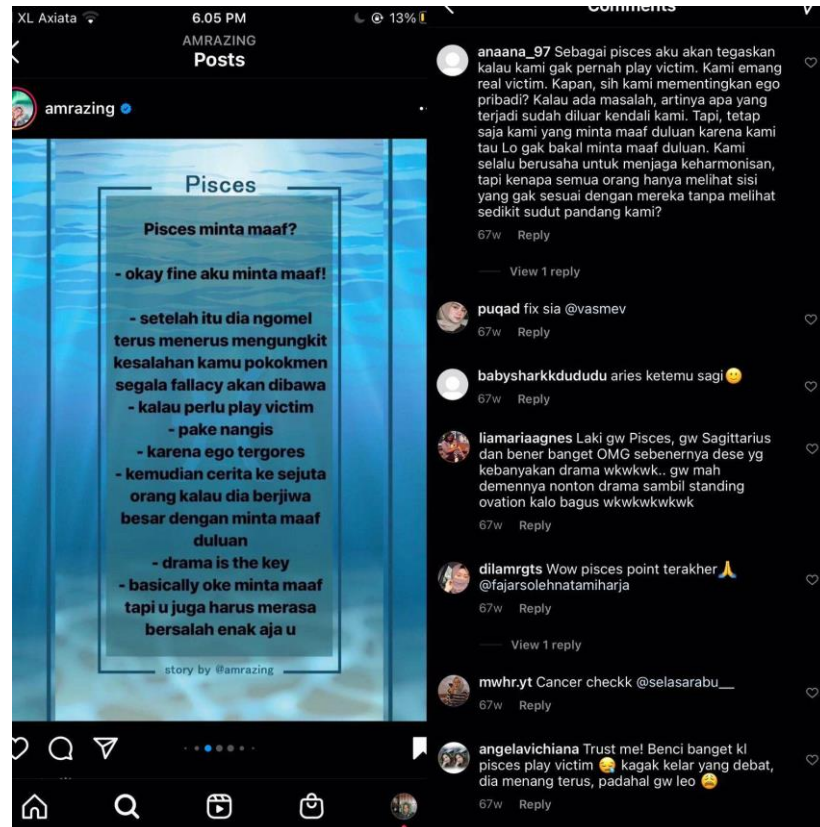
Tanggapan *Influencer* @awkarin mengenai Pembacaan Karakter Zodiak Sagittarius oleh @amazing

(Sumber: Dokumen pribadi peneliti)

Terlihat pada gambar di atas, @awkarin menunjukkan antusiasme nya terhadap pembacaan karakter manusia berdasarkan zodiak khususnya Sagittarius yakni zodiak dirinya. Ia mengatakan “*Siang-siang ditelanjangi namanya ini... @amazing*”. Dapat dilihat berdasarkan postingan tersebut, @awkarin merasa karakter dirinya sama dengan pembacaan yang dilakukan oleh @amazing sehingga ia mengunggah ulang konten dari @amazing tersebut.

@Awkarin adalah salah satu contoh dari sekian banyak generasi Z di Instagram yang kerap mengemukakan betapa akuratnya pembacaan karakter manusia berdasarkan zodiak yang dilakukan oleh Alexander Thian selaku pemilik akun @amazing. Menurut studi yang dilakukan media Independen di Inggris, 58 % milenial percaya bahwa astrologi merupakan data yang akurat karena berhubungan dengan rasi bintang, matematika dan ilmu pengetahuan mengenai tata surya. Selain itu beberapa alasan para remaja mempercayai astrologi yakni untuk inspirasi untuk mengetahui diri sendiri, memberikan alasan terhadap perilaku, menyukai harapan palsu seperti tergoda dengan harapan-harapan irasional yang semu, dan juga preferensi personal (www.popbela.com).

Meski begitu, tidak jarang juga orang yang kontra dan beranggapan konten mengenai karakter zodiak yang diunggah oleh @amazing ini tidak relevan. Karena adanya pro dan kontra yang teretus dari netizen, maka peneliti tertarik untuk melihat konten yang diunggah oleh @amazing dan menjadikan konten pembacaan karakter manusia berdasarkan zodiak pada akun @amazing sebagai topik penelitian.



Gambar 1.7
Komentar followers @amazing
 (Sumber: Instagram @amazing, diambil pada tanggal 11 Agustus 2021 pukul 18.05 WIB)

Pada kolom komentar salah satu postingan @amazing di atas dapat dilihat ada beberapa followers @amazing yang menanggapi postingan tersebut dengan beberapa komentar diantaranya “*Sebagai pisces aku akan tegaskan kalau kami gak pernah play victim. Kami emang real victim. Kapan, sih kami mementingkan ego pribadi? Kalau ada masalah, artinya apa yang terjadi sudah diluar kendali kami. Tapi, tetap saja kami yang minta maaf duluan karena kami tau Lo gak bakal minta maaf duluan. Kami selalu berusaha untuk menjaga keharmonisan, tapi kenapa semua orang hanya melihat sisi yang gak sesuai dengan mereka tanpa melihat*

sedikit sudut pandang kami?” menurut @anaana_97. Namun tidak sedikit juga yang merasa unggahan tersebut sesuai dengan karakteristik mereka, seperti yang dikatakan akun @liamariaagnes “*Laki gw Pisces, gw Sagittarius dan bener banget OMG sebenarnya dese yang kebanyakan drama wkwkwk.. gw mah demennya nonton drama sambil standing ovation kalo bagus wkwkwkwkwk*” dan akun @angelavichiana “*Trust me! Benci banget kl pisces play victim kagak kelar yang debat, dia menang terus, padahal gw leo*”

Setelah peneliti melihat tanggapan yang ada pada kolom komentar tersebut dan terlihat adanya kesenjangan karena banyaknya persepsi yang berbeda, maka dari itu peneliti ingin melakukan analisis resepsi tentang pembacaan dari *followers* @amazing sebagai audiens mengenai resepsi mereka terhadap konten karakter manusia berdasarkan zodiak dalam kehidupan sehari-hari yang diberikan oleh media, dalam hal ini oleh akun Instagram @amazing.

Penelitian ini menggunakan metode yang berjenis kualitatif deskriptif disertai penggunaan teori encoding/decoding oleh Stuart Hall untuk mengungkapkan bagaimana peran *followers* @amazing sebagai audiens dalam menerima pesan yang diberikan oleh @amazing dan relasi persepsi antara @amazing dan *followers*-nya terhadap teks. Encoding merupakan proses membuat pesan yang sesuai dengan kode atau kategori tertentu. Dalam hal ini kode atau kategori tersebut ialah kode yang sudah dibuat dan disepakati oleh pemilik akun @amazing atau dengan kata lain @amazing berperan sebagai encoder. Decoding merupakan proses penggunaan kode untuk memaknai pesan. Dalam hal ini *followers* @amazing berperan dalam memaknai pesan yang diterima dari @amazing atau dengan kata lain sebagai decoder. Peneliti akan mengklasifikasikan posisi setiap *followers* apakah posisi mereka berada di posisi hegemoni dominan, negosiasi, atau oposisi. Dengan analisis resepsi peneliti dapat mengetahui bagaimana resepsi beberapa orang setelah melihat unggahan mengenai karakter zodiak dalam akun Instagram @amazing, serta peneliti dapat memberikan kesimpulan bagaimana tanggapan audiens setelah melihat unggahan mengenai karakter zodiak oleh @amazing dan bagaimana mereka mengaplikasikan informasi tersebut dan apa pengaruhnya ke kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Pembacaan Audiens Tentang Karakter Manusia Berdasarkan Zodiak (Analisis Resepsi *Followers* Instagram @Amazing)”

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada media Instagram dengan unit analisis penelitian yaitu *post* pada *feed* dan Instagram *Story* mengenai karakter zodiak pada profil @amazing dan nantinya dijadikan bahan penelitian yang akan ditanyakan kepada narasumber yang merupakan *followers* aktif dari akun @amazing melalui wawancara mendalam (*In-depth interview*) untuk mengetahui bagaimana mereka meresepsi konten karakter zodiak pada akun @amazing.

1.3. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang dan fokus penelitian yang sudah peneliti paparkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pembacaan audiens terhadap akun @amazing tentang konten karakter zodiak yang tersaji di akun Instagram tersebut melalui teori resepsi Stuart Hall?”

1.4. Tujuan Penelitian

Dari identifikasi masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pembacaan audiens terhadap akun @amazing tentang konten karakter manusia berdasarkan zodiak yang tersaji di akun Instagram tersebut melalui teori resepsi Stuart Hall.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi peneliti selanjutnya sekaligus referensi untuk memperkaya kajian Ilmu Komunikasi khususnya terkait dengan analisis resepsi khalayak model Stuart Hall dengan tema atau bahasan yang serupa.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Dapat memberikan suatu pemahaman dan pengetahuan secara lebih mengenai konsep resepsi dan perbedaan pemaknaan seseorang terhadap karakter manusia berdasarkan zodiaknya dan bagaimana khalayak aktif memaknai teks yang ditawarkan oleh media sosial khususnya Instagram.

1.6. Waktu dan Periode Penelitian

Gambar 1.8

Waktu dan Periode Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Bulan																	
		Mei 2020	Juni 2020	Juli 2020	Agus 2020	Sept 2020	Oct 2020	Nov 2020	Des 2020	Jan 2021	Feb 2021	Mar 2021	Apr 2021	Mei 2021	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Feb 2022
1	Perencanaan Gambar Penelitian	■																	
2	Pengumpulan Data		■																
3	Penyusunan Bab I-III Proposal Skripsi			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
4	Desk Evaluation													■					
5	Wawancara Informan														■	■			
6	Revisi Desk Evaluation														■	■	■		
7	Menyusun Bab IV-V														■	■	■	■	
8	Sidang Skripsi																		■

(Sumber: olahan peneliti, 2021)