

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

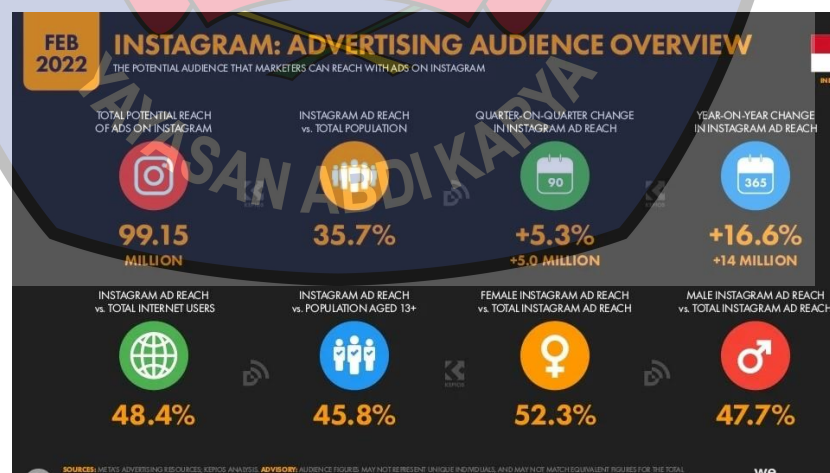
Era digital saat ini tengah mempercepat perubahan teknologi dan meningkatkan saluran komunikasi untuk memberi orang akses ke lebih banyak informasi. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi membutuhkan komunikasi yang baik untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan. Pemilihan saluran dan media serta penyampaian pesan komunikasi merupakan faktor yang perlu diperhatikan karena mempengaruhi efektifitas dan penggunaan pesan oleh khalayak.

Khalayak terbagi menjadi 2 yaitu khalayak aktif dan khalayak pasif, yang dimana memiliki definisi yang berbeda-beda, khalayak aktif yaitu khalayak yang menerima sebuah pesan dengan selektif, sehingga disaring terlebih dahulu sebuah pesan yang akan disampaikan oleh sebuah media kemudian khalayak menentukan isi dari pesan tersebut. Sedangkan khalayak pasif yaitu khalayak yang menerima sebuah pesan yang disampaikan media secara bulat-bulat tanpa mengetahui terlebih dahulu isi dari pesan tersebut.

Khalayak pada awalnya merupakan konsep sekelompok orang yang menerima berita dari media massa. Konsep ini berkembang seiring dengan perkembangan teknologi media dan karakter dasar dari penonton itu sendiri, bahkan kehadiran internet memberi ruang yang cukup luas untuk memungkinkan kelompok

sasaran berpartisipasi dalam proses memproduksi berita. Internet tidak memunculkan media siber (*cybermedia*) sebagai media baru, tetapi juga memberikan konteks baru bagi interaksi media dan khalayak. (Nasrullah, 2019:161). Dengan semakin canggihnya teknologi, kebutuhan akan informasi akan semakin meningkan dan masyarakat dapat mengakses informasi dengan lebih aktif. Media sosial adalah salah satu cara paling populer untuk orang mengakses informasi,

Menurut hasil suvei WeAreSocial.net dan Hootsuite (2022), empat aplikasi media sosial teratas adalah Youtube, Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Diantara keempat media sosial tersebut, Youtube identic dengan konten video, Facebook lebih identic dengan informasi dalam bentuk teks, dan Whatsapp adalah media sosial untuk personal chat bisa juga dengan tatap muka atau diskusi melalui grup. Dan Instagram lebih identic dengan konten berupa foto, video, dan teks.



Gambar 1. 1

Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2022.

Instagram merupakan media sosial berbasis gambar yang menyediakan layanan online untuk berbagi foto dan video. Aplikasi Instagram mendukung untuk memberi tahu publik tentang konten yang dibuat pengguna. Aplikasi Instagram digunakan untuk banyak hal mulai dari pribadi hingga sebagai *personal branding*. Menurut We Are Social, pada Februari 2022 pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 84,8% dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 86,6% (turun). (dikutip dari Hootsuite.com, diakses pada tanggal 27 April 2022 pukul 16.58 WIB).

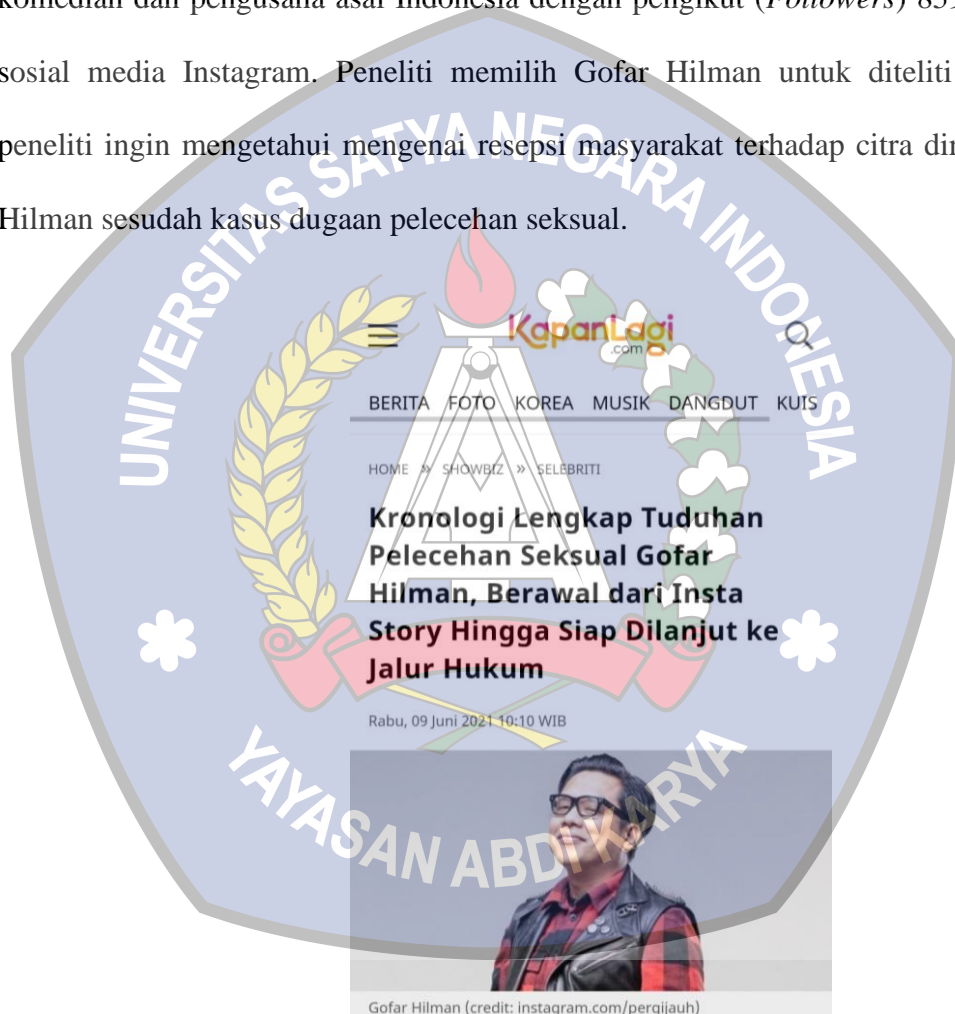
Kehadiran *influencer* media sosial merupakan bagian dari cara pengguna media sosial komunikasi dalam masyarakat yang modern. *Influencer* adalah tokoh media sosial dengan jumlah pengikut yang besar atau signifikan yang pernyataan dapat mempengaruhi perilaku pengikutnya (Haryati & Wirapraja, 2018; 141). *Influencer* menggunakan media sosial untuk mengekspresikan kreativitas dan inovasi mereka. Istilah lain *Influencer* juga biasa disebut sebagai *rainmakers*, *katalis*, tetapi orang lain yang bisa mempengaruhi pengikut media sosialnya dari pada mereka yang terpengaruhi oleh orang lain. Niat sebagai *Influencer* media sosial juga dapat membangun citra positif dan sebaliknya.



Gambar 1. 2

Akun Instagram @pergijauh atau Gofar Hilman.

Pada Gambar 1.2 adalah salah satu *social media influencer* dengan nama akun di Instagram @pergijauh atau dengan nama asli Abdul Gofar Hilman. Gofar Hilman merupakan seorang penyiar radio, YouTuber, aktor, pembawa acara, komedian dan pengusaha asal Indonesia dengan pengikut (*Followers*) 859.000 di sosial media Instagram. Peneliti memilih Gofar Hilman untuk diteliti karena peneliti ingin mengetahui mengenai resepsi masyarakat terhadap citra diri Gofar Hilman sesudah kasus dugaan pelecehan seksual.



Gambar 1. 3

Pemberitaan Gofar Hilman Terhadap Kasus Dugaan Pelecehan Seksual

Pada Gambar 1.3 pemberitaan menjelaskan tentang bagaimana kronologi tuduhan dugaan pelecehan seksual Gofar Hilman oleh korban. Awal mula kasus

tuduhan pelecehan seksual Gofar Hilman beredar luas pada bulan Mei 2021 dari sebuah utas di Twitter dengan nama akun @quweenjojo. @quweenjojo menjelaskan secara singkat bahwa mendapatkan tindakan pelecehan seksual. Korban kembali membuat utas di Twitter pada bulan Juni 2022 untuk menceritakan kronologi kejadian dan menginformasikan nama pelaku tindakan pelecehan seksual tersebut adalah Gofar Hilman (dikutip dari KapanLagi.com, diakses 27 April 2022 pukul 18.15 WIB).



Gambar 1.4

Klarifikasi Gofar Hilman di Akun Instagram @pergijauh

Lalu pada tanggal 12 Februari 2022 pada Gambar 1.4, Gofar Hilman memberikan klarifikasi di akun Instagram @pergijauh milik pribadi Gofar Hilman. Pada unggahan tersebut, Gofar Hilman menjelaskan mengenai kelanjutan dari kasus dugaan pelecehan seksual yang beredar di *social media* pada tanggal 8 Juni 2021 bahwa setelah dilakukan mediasi oleh pihak korban dibantu dengan pihak kepolisian, korban secara sadar dan tanpa paksaan mengakui bahwa utas yang

diunggah pada tanggal 8 Juni 2021 adalah tidak benar dan menjelaskan jika hal tersebut bersifat delusional. Gofar Hilman menegaskan bahwa pihak Gofar Hilman tidak memaksa korban untuk mengatakan hal yang bertentangan dengan fakta yang korban paparkan pada saat mediasi. (dikutip dari Akun Instagram @pergijauh, diakses 15 Juni 2022 pukul 17.37 WIB).



Gambar 1.5

Komentar di Instagram Pada Unggahan Gofar Hilman

Berkaitan dengan unggahan tersebut, pada Gambar 1.5 terdapat beberapa komentar yang bersifat pro dan kontra pada kolom komentar Instagram @pergijauh. Komentar yang bersifat kontra diunggah oleh pengguna @kh***** “lu kira gua percaya?ga” dan pengguna @l***** “9 bln baru ngaku.. pakai jurus ap aitu ya.. gak percaya kalo ngaku sendiri”. Berikut komentar yang bersifat pro diunggah oleh pengguna @a***** “respect

brother” dan pengguna @m***** “mantap lo bang”. (dikutip dari Komentar Unggahan Akun Instagram @pergijauh, diakses 15 Juni 2022 pukul 17.37 WIB).

Dengan melakukan klarifikasi melalui Instagram, Gofar Hilman mengunggah sebuah konten yang berisi fakta – fakta yang terjadi pada saat proses mediasi oleh pihak korban. Melalui fakta – fakta tersebut, khalayak akan memperoleh makna dibalik gambar dan kata – kata yang terdapat pada unggahan Gofar Hilman sehingga pesan tersebut dapat memberikan informasi yang sesuai dan mempengaruhi masyarakat terkait citra diri Gofar Hilman.

Pengamatan singkat yang dilakukan oleh peneliti terkait penjelasan di atas adalah terjadi perbedaan resepsi dari *Followers* Instagram @pergijauh sehingga berpengaruh pada citra diri Gofar Hilman. Dari sekian banyak komentar diunggah tersebut, peneliti membatasi jenis komentar yang dijadikan sebagai data penelitian yakni hanya komentar yang berisi tanggapan terhadap kasus tuduhan dugaan pelecehan seksual secara pro dan kontra. Setelah dapat melihat dan memaknai tanda dalam unggahan klarifikasi di Instagram Gofar Hilman, hal selanjutnya yang perlu diketahui ialah penerimaan khalayak dan pemaknaan atau resepsi terhadap unggahan klarifikasi di Instagram Gofar Hilman.

Citra bersifat abstrak karena mengacu pada keyakinan, ide, dan kesan yang diterima langsung dari objek tertentu, melalui indera, atau dengan menerima informasi dari suatu sumber. Seperti yang dijelaskan Roesady, citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terkait dengan objek tertentu (Ruslan, 2010; 80). Citra merupakan respon positif berupa dukungan, keterlibatan,

peran positif, dan perilaku positif lainnya, dan respon *negative* berupa penolakan, kebencian, atau bentuk *negative* lainnya. Citra itu sendiri melekat pada setiap individu atau institusi. Jawaban afirmatif atau *negative* tergantung pada pentingnya proses penciptaan atau tergantung pada proses penciptaan dan subjek dari gambar.

Analisis resepsi adalah pendekatan alternatif untuk belajar tentang khalayak, bagaimana menafsirkan pesan yang diterima oleh media. Titik tolak penelitian ini adalah asumsi bahwa makna yang terkandung dalam media massa bukan hanya teks. Sebuah teks media massa memperoleh makna ketika khalayak menerima atau menerimanya.

Khalayak dalam penelitian ini tidak sekedar diposisikan sebagai pengguna media sosial, melainkan sebagai pencipta makna yang aktif. Khalayak terbentuk dalam berbagai cara karena mereka adalah pencipta aktif tafsir terhadap teks, sebelumnya mereka membawa *culture* yang telah didapatkan untuk dikemukakan dalam teks sehingga khalayak yang terbentuk dengan cara yang berbeda akan memiliki arti yang berbeda (Barker, 2013; 262).

Berdasarkan dengan fenomena tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“Resepsi Followers Instagram @pergijauh Terhadap Citra Diri Gofar Hilman”**.

1.2 Pertanyaan Peneliti

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dikemukakan tentang resepsi tanggapan terhadap kasus tuduhan dugaan pelecehan, maka pertanyaan peneliti adalah: Bagaimana Resepsi *Followers* Instagram @pergijauh Terhadap Citra Diri Gofar Hilman?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui resepsi *Followers* Instagram @pergijauh terhadap citra diri Gofar Hilman.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan kegunaannya penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan rujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang analisis resepsi khalayak pada sosial media mengenai citra diri seseorang, serta diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Harapan dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi sebagai referensi dasar bagi analisis kualitatif terhadap kecenderungan resepsi *Followers* Instagram di penelitian-penelitian selanjutnya. Kemudian penelitian ini diharapkan dapat membentuk, mengevaluasi dan mengembangkan kesadaran dalam memberikan resepsi terhadap citra diri seseorang.