

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi dan komunikasi berkembang dengan sangat pesat. Dengan kehadiran teknologi yang dihasilkan oleh perkembangan pesat tersebut, telah membuat sistem komunikasi yang mengaburkan batas-batas geografis ataupun wilayah (Nasrullah, 2012 : 2). Perkembangan sistem komunikasi tersebut dapat dilihat dengan adanya penggunaan media baru, media baru dideskripsikan sebagai media yang mampu menayangkan konten ataupun data atau informasi secara interaktif, audiens mampu untuk menanggapi setiap informasi dengan mudah, pembaca dapat berperan secara aktif menyampaikan informasi, serta pembaca dapat berkomunikasi dan berkolaborasi dengan pembaca atau anggota lainnya (Gafar, 2008).

Salah satu bentuk media baru yang berkaitan dengan komunikasi adalah media sosial. Menurut Nasrullah sebagaimana dikutip oleh Setiadi, media sosial merupakan suatu medium dalam internet yang memungkinkan para penggunanya dapat merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Setiadi, 2016).

Keberadaan media sosial di era teknologi ini memberikan pengaruh yang besar dalam kehidupan bermasyarakat. Pengaruh yang diberikan oleh media sosial sendiri menurut Cahyono (2016) ada yang bersifat positif dan negatif, pengaruh positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang,

memperluas pergaulan, tidak ada lagi masalah antara jarak dan waktu, kemudahan dalam mengekspresikan diri, kemudahan untuk mendapatkan informasi, biaya yang murah dibandingkan membayar iuran telepon perbulannya. Selain banyaknya pengaruh positif yang diberikan media sosial, pengaruh negatifnya kepada masyarakat pula beragam yaitu menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang memiliki kecanduan akan internet, menimbulkan suatu konflik, masalah privasi dan rentan terhadap pengaruh buruk yang diberikan orang lain.

Masyarakat Indonesia merupakan salah satu golongan yang sudah terkena pengaruh dan terlibat dalam dunia media sosial. Menurut beberapa survei yang dilakukan oleh lembaga-lembaga survei, telah ditemukan beberapa fakta bahwa banyak masyarakat Indonesia yang melek media. Menurut data *statista*, Indonesia menempati peringkat ketiga dengan angka 198 juta pengguna media sosial. Dan menurut data *wearesocial* dan *hootsuite* sebagaimana dilansir oleh *katadata.co.id*, media sosial yang sering dan aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Youtube, Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Indonesia sendiri merupakan peringkat keempat dari sepuluh negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia dengan jumlah pengguna yang mencapai 73 juta orang pada bulan Juli 2020 (Statista, 2020).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat, khususnya pada Generasi Z. Generasi Z sendiri adalah golongan masyarakat yang lahir pada sekitar tahun 1995 sampai dengan tahun 2010 (Bhakti & Safitri, 2017). Berdasarkan data dari Napoleon Cat, pengguna media sosial Instagram

di Indonesia terbanyak datang dari golongan umur 18-24 dengan perolehan data sebesar 36,3% yang termasuk dalam golongan Generasi Z. dari data tersebut, golongan usia tersebut dianggap memiliki pengetahuan atau pemahaman yang tinggi akan media sosial instagram dan merupakan pengguna aktif di *platform* tersebut.

Instagram merupakan sebuah aplikasi dan *web* untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya (Kertamukti, 2015). Melalui aplikasi Instagram, masyarakat dapat memanfaatkan berbagai fitur-fitur seperti mengunggah foto, memberi komentar, mencari teman, membuat *story* melalui Instagram *Stories*, mengunggah video yang berdurasi panjang melalui IGTV, berniaga melalui Instagram Ads, dan tidak menutup kemungkinan juga untuk membuka lapangan-lapangan pekerjaan baru.

Berbagai fitur dan kemudahan yang ditawarkan oleh Instagram untuk para pengguna mengekspresikan dirinya telah membentuk beberapa fenomena sosial dan salah satunya adalah fenomena Selebriti Instagram (Selebgram) atau *influencer*. *Influencer* merupakan pihak ketiga yang memiliki tingkat ketenaran tinggi dan tidak selalu berasal dari kalangan artis atau public figure tetapi memiliki akun dengan banyak *follower* (Evelina & Handayani, 2018). Menurut Castells yang dikutip oleh Anjani dan Irwansyah, Instagram merupakan media yang paling sering digunakan oleh para *influencer*, karena dalam Instagram para *influencer* bisa melakukan interaksi secara langsung dengan pengikutnya melalui *likes* ataupun kolom komentar, atau yang biasa dikenal dengan *mass-self communication* (Anjani & Irwansyah, 2020).

1.2 Identifikasi Masalah

Interaksi yang tercipta antara *digital influencer* dan khalayak tampak jelas dari peran *influencer*, peran *influencer* itu sendiri dapat dilihat dari asal kata tersebut yaitu “*influence*” yang artinya adalah memengaruhi. Secara sederhana menurut Ryan dan Jones sebagaimana dikutip oleh Evelina dan Handayani, *digital influencer* memiliki pengaruh terhadap kepercayaan dari khalayak, dan opini yang mereka keluarkan dapat memiliki dampak luar biasa untuk reputasi *online* (Evelina & Handayani, 2018). Khalayak menurut Cangara sebagaimana dikutip oleh Nasrullah adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber—yang dapat berupa satu orang atau lebih, kelompok, partai, bahkan negara (Nasrullah, 2018).

Salah satu cara *Influencer* agar tetap eksis terhadap para khalayak di media sosial adalah dengan membuat konten. Dalam media sosial, konten digital yang biasa diunggah oleh *influencer* adalah dalam bentuk foto atau video. Foto atau video tersebut bisa saja merupakan salah satu bentuk berkomunikasi di dunia maya karena hasil foto tersebut bisa menimbulkan makna yang luas bagi khalayak. Khalayak sebagai penikmat konten membutuhkan interpretasi untuk membaca dan memahami makna yang ada dalam sebuah konten. Setiap orang memiliki interpretasi dan pemahaman yang berbeda ketika membaca sebuah konten (Hawari, 2007).

Proses interpretasi di media sosial bisa terjadi karena karakteristik media sosial yang bersifat interaktif (A. Setiadi, 2016), contoh interaksi khalayak di media sosial yang merupakan hasil dari interpretasi khalayak adalah seperti berkomentar pada suatu konten ataupun menyukai suatu konten. Bentuk interpretasi tersebut merupakan bukti

bahwa khalayak media sosial berperan sebagai khalayak yang aktif, peran khalayak aktif di media adalah aktif dalam memahami, memaknai, dan mengkonstruksi pesan yang dibaca, didengar atau ditontonnya (Pujileksono, 2016 : 164). Dalam membahas mengenai interpretasi atau penerimaan khalayak aktif yang berbeda-beda, Stuart Hall mengemukakan pendapatnya melalui teori *encoding-decoding* yang memandang bahwa komunikasi sebagai sebuah proses dimana suatu pesan atau makna dikirimkan dan memiliki penerimaan dengan efek tertentu. Gagasan tersebut di-*encode* pengirim pesan dan di-*decode* oleh penerima pesan. (Afifah, 2016).

Salah satu contoh kasus dimana interpretasi khalayak memiliki pengaruh terhadap konten *influencer* adalah Kimi Hime yang merupakan *gaming* Youtuber (2,73 juta *subscribers*) dan Selebgram (1,8 juta *followers*) telah mendapatkan sorotan dari banyak pihak perihal konten-kontennya yang dinilai vulgar. Dalam kontennya memang dia cuma membahas tentang game tetapi busana yang dikenakannya dinilai vulgar dan tidak pantas ditonton oleh anak kecil. *Feedback* yang diberikan oleh masyarakat sendiri ada banyak yaitu munculnya petisi online untuk meminta Youtube menghapus konten-konten negatif di kanal kimi hime dan bahkan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo) turun tangan dan memblokir beberapa video (Kumparan, 2020).

Dari contoh yang dipaparkan peneliti, peneliti bisa melihat bahwa khalayak aktif memiliki peranan penting dalam konten *influencer*. Apabila konten *influencer* menimbulkan permasalahan antara khalayak dan *influencer* maka sebab masalah itu

timbul dari bagaimana penerimaan atau pemaknaan khalayak terhadap konten *influencer* tersebut.

Fenomena mengenai khalayak aktif yang memberikan *feedback* terhadap konten *influencer* dapat diteliti menggunakan teori Analisis Resepsi (*reception analysis*), karena teori ini mencoba memberikan sebuah makna atas pemahaman teks media seperti cetak, elektronik ataupun internet dengan memahami karakter media dibaca oleh khalayak. Penelitian yang menganalisis media melalui kajian *reception* akan berfokus pada pengalaman dan pemirsaan khalayak (penonton/pembaca), serta bagaimana makna diciptakan melalui pengalaman tersebut (Hadi, 2010).

Penelitian Resepsi yang akan digunakan oleh peneliti akan didasarkan pada metode kajian media yang dilakukan Stuart Hall, kajian tersebut merupakan hasil perkembangan dari metode *encoding-decoding* miliknya yang membahas tentang interpretasi khalayak. Kajian terhadap khalayak akan membuahkan hasil penelitian yang berupa interpretasi khalayak, dan Hall menempatkan interpretasi itu pada tiga posisi hipotesis yaitu dominan, negosiasi, dan oposisional (Fatmawati, 2018).

Studi analisis resepsi dalam penelitian ini akan berfokus pada konten-konten yang diunggah pada Instagram The Connell Twins yang menggunakan pakaian terbuka seperti pakaian dalam dan foto yang menunjukkan bagian tubuh yang bersifat provokatif. Provokatif sendiri memiliki arti “merangsang untuk bertindak; bersifat menghasut” (Maradona, 2013). Nilai provokatif pada penelitian ini lebih ke arah pornografi dimana pada UU No 44 Tahun 2008 Pasal 4 dijelaskan bahwa konten dengan pakaian terbuka (ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan

ketelanjangan) termasuk dalam hal yang mengandung unsur cabul atau porno. Dalam kasus ini, konten pornografi The Connell Twins memiliki fungsi untuk merangsang pikiran khalayak, memengaruhi khalayak untuk menanggapi hal tersebut lewat laman komentar ataupun bagaimana khalayak memaknai atau menerima konten tersebut.

Khalayak yang dipilih sebagai subjek penelitian ini adalah khalayak yang berasal dari kalangan generasi Z. Peneliti memilih generasi z karena mereka memiliki persentase pengguna Instagram tertinggi di Indonesia dan alasan kedua peneliti memilih generasi Z adalah karena The Connell Twins sendiri adalah bagian dari Generasi Z. Sedangkan *platform* media sosial yang dipilih jadi subjek penelitian ini adalah Instagram, peneliti memilih Instagram karena objek penelitian yang merupakan konten pornografi berada di Instagram @theconnelltwins12.

Penelitian yang mengungkapkan tentang *reception analysis* mengenai konten @theconnelltwins12 sampai saat ini belum ada. Namun, terdapat penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini dan penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang berjudul “Pemaknaan Khalayak Terhadap Androgini Pada Akun Instagram Andreas Lukita” oleh Hizarani Lailan Saadah Sihombing dan Drs. Wiwid Noor Rakhmad M.I.Kom. Dalam penelitian ini, Hizarani dan Drs Wiwid meneliti tentang pemaknaan khalayak terhadap penampilan androgini *beauty influencer* pria dari Indonesia bernama Andreas Lukita dengan akun instagram @alphamakeup. Penelitian ini menitikberatkan pada konsep gender itu sebagai pertunjukan, dalam konteks ini penelitian Sihombing dan Rakhmad berfokus pada

konsep androgini pada akun instagram @alphamakeup dan bagaimana pemaknaan khalayak terhadap hal tersebut (Sihombing & Rakhmad, 2019). Oleh sebab itu, menarik untuk meneliti bagaimana konten @theconnelltwins12 di instagram yang bersifat pornografi memengaruhi khalayaknya, dan bagaimana khalayak akan memaknai hal tersebut.

Kedua, penelitian yang berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Gaya Hidup *Clubbing* Yang Ditampilkan Melalui Foto Dalam Akun Instagram @indoclubbing” oleh Idham Hawari. Dalam penelitian ini, Hawari meneliti tentang interpretasi khalayak terhadap gaya hidup *clubbing* berdasarkan unggahan @indoclubbing di Instagram (Hawari, 2007). Penelitian kualitatif ini berfokus pada mendapatkan pemaknaan gaya hidup berdasarkan foto yang ada di Instagram. Oleh karena itu, penelitian ini dapat dikembangkan lagi oleh peneliti dengan mengkaji interpretasi khalayak dan mengetahui penerimaan khalayak terhadap konten pornografi yang diunggah oleh @theconnelltwins12 di Instagram.

Dari dua penelitian tersebut, peneliti melihat bahwa di dalam penelitian terdahulu belum terlihat penelitian yang berfokus pada penerimaan khalayak terhadap konten pornografi di media sosial. Maka dari itu penelitian ini akan berfokus pada penerimaan khalayak terhadap konten pornografi di Instagram.

Hal yang membuat penerimaan khalayak terhadap konten pornografi penting untuk diteliti adalah karena penerimaan atau pemaknaan dari setiap khalayak itu berbeda-beda, penerimaan yang berbeda itu disebabkan dengan adanya perbedaan di latar belakang, keadaan subjektif dan pengalaman yang dimiliki khalayak (Nugraha &

Santoso, 2017). Dan oleh karena itu, penelitian ini bisa mengkaji lebih dalam penerimaan khalayak terhadap konten pornografi di media sosial.

Dengan mengetahui penerimaan khalayak terhadap konten pornografi di media sosial, diharapkan dapat memberikan wawasan tentang konten pornografi pada media sosial. Penelitian ini diharapkan juga menjadi referensi untuk penelitian-penelitian mengenai *audience reception* pada konten media sosial selanjutnya. Dengan demikian, penelitian ini akan membahas bagaimana penerimaan khalayak terhadap konten pornografi @theconnelltwins12 di Instagram, khususnya pada khalayak media sosial Instagram yang berasal dari generasi Z.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan pada halaman sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **Bagaimana Penerimaan Khalayak Generasi Z Terhadap Konten Pornografi @theconnelltwins12 di Instagram?**

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis penerimaan khalayak terhadap konten akun Instagram @theconnelltwins12.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan mengenai kajian khalayak (*reception analysis*), khususnya dalam hal penerimaan khalayak terhadap konten di media sosial dan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode dan teori yang tepat dalam membahas tentang penerimaan khalayak terhadap suatu konten di media sosial.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dan diterima oleh peneliti selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi, selain itu penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian khususnya *reception analysis*

b. Bagi Masyarakat

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini untuk masyarakat adalah untuk menambah wawasan mengenai konten pornografi, memberi pengetahuan tentang dampak media sosial terhadap masyarakat, menambah pengetahuan mengenai media sosial instagram dan konsep mengenai *influencer*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan untuk memudahkan penyelesaian dari penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Di dalam bab pendahuluan, peneliti membahas mengenai latar belakang disertai identifikasi masalah dan berfokus dalam menjelaskan *audience reception* yang bisa membantu peneliti untuk menganalisis penerimaan masyarakat terhadap konten pornografi di media sosial Instagram. Bab ini juga berisikan rumusan masalah, ada tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Subjek dan Objek Penelitian

Di dalam bab objek penelitian, peneliti menjabarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai objek penelitian ini yaitu konten pornografi @theconnelltwins12 di Instagram. Dan di bab ini juga, peneliti menjelaskan subjek dari penelitian ini yaitu The Connell Twins, Instagram, Pengguna Instagram, serta profil informan.

3. Bab III, Tinjauan Pustaka

Di dalam bab tinjauan pustaka, peneliti menjelaskan tentang berbagai teori dan konsep yang akan membantu peneliti dalam penelitian ini. Teori dan konsep tersebut kemudian akan dianalisis untuk dikaitkan dengan analisis data yang akan didapatkan setelah mengumpulkan data. Pada akhir bab ini, peneliti menyusun kerangka pemikiran yang berguna untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan menjawab pertanyaan penelitian.

4. Bab IV, Metodologi Penelitian

Di dalam bab metodologi penelitian, peneliti menjelaskan mengenai paradigma penelitian, metode yang akan digunakan oleh peneliti, prosedur pemilihan informan penelitian, uji keabsahan data dan metode analisis data.

5. Bab V, Hasil Penelitian dan Pembahasan

Di dalam bab hasil penelitian dan pembahasan, peneliti memaparkan data mentah hasil dari penelitian yang peneliti lakukan serta memberikan pembahasan berdasarkan analisis data yang merupakan interpretasi dari data mentah yang sudah didapatkan.

6. Bab VI, Penutup

Di dalam bab Penutup, peneliti akan memberikan kesimpulan dari penelitian yang merupakan jawaban dari pertanyaan rumusan masalah dan juga saran terhadap hasil penelitian yang sudah dilakukan baik untuk kalangan akademis maupun praktis.