

Bab 1

PENDAHULUAN

I.1. Permasalahan

Dalam industri media massa, selebritis memegang peran yang signifikan untuk menarik massa karena kehadiran mereka dalam setiap lini begitu masif dalam mempersuasif audiens. Mereka dianggap sebagai pembawa pesan sehingga mudah diterima oleh masyarakat. Pesan yang disampaikan dalam media massa menjadi mudah diingat adalah karena personalitas merek (Walker & Langmeyer, 1992). Kredibilitas mereka pun berperan sebagai daya pikat (Goldsmith, Lafferty & Newell, 2000). Para selebritis tersebut diartikan sebagai karakter komunikator yang berpengaruh atas efektivitas penerimaan pesan.

Era digitalisasi yang terjadi saat ini selain memunculkan platform baru dalam bermedia massa terutama dalam pembuatan konten media massa juga memunculkan selebritis-selebritis baru. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, Youtube dan lain-lain, para selebritis baru tersebut memengaruhi audiesnya melalui konten yang mereka buat. Memang ada kalanya sebagian dari para selebritis baru yang muncul dalam platform Youtube tenggelam. Shinta dan Jojo, dua perempuan muda yang menyanyikan lagu Keong Racun dan menjadi terkenal pada pertengahan tahun 2010, adalah contoh dari mereka yang hanya bersinar sementara waktu. Akan tetapi tak sedikit di antara para selebritis itu mampu bertahan hingga saat ini dan memberikan pengaruh yang cukup signifikan kepada audiensnya. Awkarin atau Atta Halilintar

adalah beberapa nama dari mereka yang tetap bertahan. Bahkan keberadaan nama-nama di atas tetap dibutuhkan oleh media massa yang sudah ada sebelumnya untuk mendongkrak *rating* (hasil pengukuran penilaian atas suatu program acara).

Kehadiran *new media* (media baru) ini semakin sukar dibendung oleh media yang sebelumnya telah ada. Kini semua orang dapat membuat konten media, dengan harapan konten itu dapat dinikmati oleh audiens dan kemudian sang *vlogger* (pembuat konten di media) dapat menghasilkan uang hampir secara eksklusif. Media baru ini bahkan dapat menjangkau pasar secara global, misalnya YouTube memiliki jangkauan global lebih dari dua milyar pengguna dan setiap harinya satu miliar jam konten ditonton oleh audiens (<https://socialimpact.youtube.com/intl/id/>, 2021).

Melihat situasi seperti di atas, dapat dipahami bila YouTube menjadi sebuah platform media sosial yang dalam tahun-tahun terakhir berkembang dengan cepat. Sebagai akibatnya, semakin banyak orang tertarik untuk membuat lebih banyak konten di sini. Menariknya platform ini juga digunakan oleh para selebritis yang sudah mapan sebelumnya. Misalnya, kita dapat jumpai sosok selebritis yang sudah dikenal sebelumnya kini merambah di YouTube dengan jumlah jutaan atau bahkan puluhan juta *subscriber*, seperti Raffi Ahmad, Baim Wong dan Paula, Deddy Corbuzier, Arief Muhammad, Andre Taulany, dan Atta Halilintar (Baskoro, 2020). Banyak selebritis sekarang beralih ke YouTube karena mereka melihat peluang YouTube sebagai salah satu media sosial yang paling banyak diakses di seluruh dunia. Banyaknya akses menciptakan relasi kedekatan antara para *influencer* dan penonton yang menjadi pelanggan kontennya ataupun siapa saja yang melihat konten mereka. Upaya yang

dilakukan selebritis untuk menarik perhatian audiens atau penontonnya kurang lebih sama dengan apa yang mereka lakukan di media sebelumnya.

Memasuki tahun 2020, seiring dengan merebaknya pandemi Covid 19, media massa saling berlomba untuk menampilkan berita mengenai pandemi dalam berbagai versi, termasuk media baru. YouTube adalah salah satu contohnya. Selama masa pandemi Covid 19 ini dapat ditemukan berbagai macam konten video yang ditayangkan di platform ini. Video tersebut menampilkan berbagai narasumber, mulai dari tenaga kesehatan, ahli atau pakar, para selebritis ataupun berbagai macam pemilihan narasumber yang keparannya dipertanyakan (Li et. al, 2020).

Situasi pandemi ini juga digunakan oleh para selebritis melalui platform media yang mereka miliki. Sebagai contoh, konten YouTube yang diunggah oleh Anji dengan judul “Bisa Kembali Normal, Obat Covid 19 Sudah Ditemukan” pada tanggal 31 Juli 2020 berisi mengenai hasil wawancaranya dengan seorang profesor dan pakar mikrobiologi yang bernama Hadi Pranoto. Konten video tersebut berisi narasi bahwa narasumber sudah menemukan obat dalam bentuk cairan herbal untuk Covid 19. Konten dengan durasi kurang lebih 30 menit ini sempat viral sebelum hilang dari YouTube karena dianggap memuat kontroversi di masyarakat (Farisi, 2020).

Selebritis yang dikenal melalui media sosial adalah dr. Tirta Mandira Hudhi atau yang dikenal dengan dr. Tirta (dokter muda lulusan tahun 2013 Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada yang menjadi relawan dalam menghadapi virus corona di Indonesia). Nama dr. Tirta mulai menjadi perbincangan di media sosial dan dikenal publik setelah menjadi narasumber di Youtube *channel* yang dimoderatori oleh

Deddy Corbuzier dan hadir dalam acara *talkshow* Indonesia Lawyers Club (ILC) di stasiun televisi TV One. Dr. Tirta menjadi relawan dalam menghadapi virus corona dan kemunculannya semakin menjadi perbincangan di media sosial karena kritik yang diberikan kepada juru bicara pemerintah maupun tokoh publik untuk melawan virus ini.

Saat ini kita berada pada era *post-truth* yaitu kondisi emosi dan keyakinan mengalahkan realitas akan kebenaran. *Post Truth* semakin dikenal sejak tahun 2016 dan dijadikan kata “*of the year*” oleh Oxford Dictionary. Penggunaan kata *post truth* semakin sering digunakan sejak Inggris Raya tidak tergabung lagi dalam Uni Eropa (Brexit) dan terpilihnya Donald Trump sebagai Presiden Amerika Serikat. Berita bohong memiliki pengaruh yang besar dibandingkan dengan fakta yang terjadi dan kesulitan membedakan mana kebenaran dan kebohongan semakin menjadi tidak jelas (Bufacchi, 2021). Politisi, jurnalis, akademisi, selebritis ataupun warga negara memiliki peranan terhadap penyebaran kebohongan atas suatu pesan pada masa Covid 19 yang menimbulkan keresahan dan keprihatinan.

Informasi dalam era digital menghadirkan dampak sosial karena banjirnya informasinya. Masalah yang terjadi di masyarakat bukan pada bagaimana publik memperoleh berita, tetapi minimnya dalam mencerna informasi yang diterima dengan benar. Keberpihakan media *mainstream* dipengaruhi oleh kepentingan pemilik dan para elit hal ini yang memaksa publik untuk memperoleh informasi melalui media alternatif. Namun, media alternatif seperti Facebook, Instagram atau bahkan Youtube tidak selalu memberikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Dengan situasi

seperti ini, berita *hoax* memberikan dampak yang lebih besar dibandingkan dengan kenyataan yang sesungguhnya.

Banyaknya berita *hoax* pada media sosial, era *post-truth* ditandai dengan kekhawatiran jurnalisme dan media dalam menyikapi *statement-statement* bohong yang keluar dari para politisi. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin media sering menyebarkan berita bohong, justru membuat semakin populer dan kebohongan semakin tersebar luas. Menurut (Lippman, 1922) pemikiran audiens mudah untuk dimanipulasi dan lunak terhadap berita-berita palsu. Agar masyarakat menjadi madani dan demokrasi perlu dilakukan literasi media oleh para ahli media dan media itu sendiri.

Media sosial dalam penggunaan algoritma untuk membaca fitur berbagi dan “like” menjadikan psikologi manusia tereksplorasi dan mengarahkan audiens untuk cenderung menerima informasi sesuai dengan cara pandang saat ini. Sebelumnya kita sering mendengar istilah *fake news* yang berarti berita yang sengaja dibuat atau berita palsu yang tidak dilandaskan dengan kebenaran, fakta dan juga tidak berdasarkan kenyataan. Berita palsu bukanlah sebuah hal baru. Hadirnya berbagai platform media sosial dan internet yang menjadikan perbedaan antara berita bohong yang dulu dengan yang sekarang adalah terkait dengan kecepatan penyebaran berita tersebut.

Selama pandemi Covid-19, selain selebritis yang telah disebutkan di atas, ada sebuah nama yang menuai kontroversi atas konten yang dimuatnya berkaitan dengan pandemi ini, yaitu I Gede Ari Astana, yang lebih dikenal dengan nama Jerinx. Pria kelahiran 10 Februari 1977 merupakan *drummer* band Superman Is Dead (SID) yang

memulai karir musiknya pada tahun 1995 dan merupakan seorang aktivis sosial yang menolak reklamasi Bali, melakukan kritik kepada Via Vallen, seorang penyanyi dangdut yang mendaur ulang lagu band SID, penolakan terhadap Rancangan Undang-Undang (RUU) Permusikan. Dalam situs resminya SID juga menyatakan bahwa penguasa melakukan intimidasi dengan meneror personil SID dan konser-konser SID dibatalkan dan beberapa kali pernah dilarang untuk tampil di beberapa kota di Jawa, dan menurutnya ini merupakan pembungkaman terhadap diri dan bandnya. Hal ini karena perlawanannya terhadap reklamasi Bali (Riza, 2020).

Terkait dengan Pandemi Covid 19, unggahan dalam akun Instagram milik Jerinx merupakan bentuk pertentangan yang dilakukan atas regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah. Selama masa pandemi Covid 19 pemerintah membuat kebijakan-kebijakan sebagai usaha untuk mengurangi penularan virus Covid 19. Kebijakan yang dibuat pemerintah pada awal pandemi melanda Indonesia di antaranya, Presiden menerbitkan Peraturan Pemerintah untuk meliburkan tempat kerja, sekolah, kegiatan keagamaan dan juga berbagai kegiatan lain di tempat-tempat atau fasilitas umum. Selain itu, menerbitkan Perpu Covid 19 Nomor 1 Tahun 2020 yang mengatur tentang kebijakan keuangan negara dan stabilitas keuangan dalam menangani pandemi Covid 19. Kebijakan lain yang dikeluarkan pemerintah adalah Stimulus Pariwisata, Pembentukan Komite Penanganan Covid 19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional, Kartu Prakerja, Sanksi bagi yang melanggar protokol kesehatan dan Penerapan PPKM.

Kebijakan Stimulus Pariwisata memiliki tujuan agar penerbangan dan agen dapat memberikan harga khusus kepada wisatawan dan melibatkan media serta

influencer untuk mempromosikan wisata. Pembentukan Komite Penanganan Covid 19 merupakan komite yang dibentuk pada bulan Juli 2020 menggantikan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid 19. Pemerintah pusat meminta kepada seluruh kepala daerah untuk membuat aturan turunan dari Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2020 tentang Peningkatan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan dalam Pencegahan dan Pengendalian Covid 19 dan sanksi bagi yang melanggar. Kebijakan lainnya adalah Penerapan PPKM yang membatasi kegiatan masyarakat di Jawa dan Bali mulai 11 sampai dengan 25 Januari 2021 karena dianggap sebagai zona merah.

Kebijakan-kebijakan yang ditetapkan pemerintah ditolak oleh Jerinx, karena menurutnya apa yang terjadi merupakan sebuah konspirasi. Tindakan fenomenal yang dilakukannya dapat kita lihat dari pernyataan-pernyataan yang diunggah dalam Instagram miliknya ataupun aksi demo yang dilakukannya menolak rapid tes yang dilakukan di Bali dan tidak menggunakan masker sesuai dengan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah (Bernie,2021). Pada bulan April 2020, Jerinx juga menyebut bahwa pandemi Covid 19 bukan murni sebuah pandemi melainkan skema bisnis dan teori konspirasi atas ketidakpercayaan terhadap Bill Gates sebagai 'elite global' serta teknologi internet yang ikut menyebarkan virus corona.

Jerinx menyatakan bahwa Covid 19 merupakan sebuah konspirasi dan bisnis. Pernyataan yang dikeluarkan Jerinx ditindaklanjuti oleh Ikatan Dokter Indonesia (IDI) Bali dengan cara melaporkan kepada pihak berwenang perihal status yang diunggah oleh Jerinx pada akun Instagram miliknya yang berisi "Gara-gara bangga jadi kacung

WHO, IDI dan Rumah Sakit dengan seenaknya mewajibkan semua orang yang akan melahirkan tes Covid 19” pada bulan Agustus 2020 (Rosidin, 2020).

Selain pemikirannya bahwa ini merupakan teori konspirasi, tindakan fenomenal lain yang dilakukan oleh Jerinx dengan menantang untuk disuntik virus corona, Jerinx juga menilai bahwa dipanggilnya sederet selebritis oleh Presiden ke Istana Negara ada hubungannya dengan virus corona di Indonesia. Himbauan yang dilakukan untuk menggunakan masker apabila bepergian ke luar rumah juga tidak dipatuhi oleh Jerinx, yang bahkan memberikan ide mengenai bagaimana menjawab jika ditegur karena tidak menggunakan masker. Tindakan kontroversi lainnya yang dilakukan adalah menggelar konser di salah satu bar di Bali di tengah pandemi dan mengklaim bahwa yang hadir di sana masih sehat dan tidak terinfeksi virus corona. Setelah melakukan konser, Jerinx memberikan kritik kepada sejumlah publik figur yang lebih berani menyerang Anji daripada dirinya. Jerinx bahkan mengaku siap mati demi melawan penjajahan WHO karena Jerinx masih sangat yakin bahwa Covid-19 merupakan produk konspirasi terkait bisnis, dan bukan merupakan masalah kesehatan, apalagi kemanusiaan. (7 Pernyataan Jerinx Kontroversial Jerinx terkait Covid-19, 2020)

Selama pandemi Covid-19 ini dapat dikatakan tidak ada selebritis yang secara terang-terangan menentang kebijakan tentang penanggulangan pandemi ini, terlebih mengangkat isu konspirasi. Namun Jerinx (JRX SID) berani melakukan hal ini. Akun Instagram Jerinx pada tanggal 29 April 2020 memuat konten yang berisi tentang permainan menaikkan angka korban guna memuluskan agenda elit global ini sudah terjadi sejak wabah diumumkan kacung Bill Gates bernama WHO. Konten ini menjadi

salah satu konten yang mendapatkan *like* terbanyak yaitu 58.562. Melihat banyaknya jumlah *like* peneliti akan melakukan penelitian untuk mengetahui penerimaan dan pemahaman yang diberikan oleh audiens terhadap konten Instagram Jerinx yang diposting pada tanggal 29 April 2020 pada akun Instagram milik Jerinx tersebut.

Dalam menganalisis penerimaan audiens terhadap konten di atas, peneliti menggunakan metode *Reception Analysis* sebagai alat untuk menganalisis konten yang dimaksud. *Reception Analysis* atau analisis penerimaan merupakan bentuk studi yang menitikberatkan peranan *reader* dalam men-*decoding* (memaknai teks media). Teks yang ada harus dibaca melalui persepsi khalayak yang membentuk pemaknaan dan pemahaman atas teks media yang ditawarkan (McQuail, 1997). Analisis penerimaan adalah penelitian terhadap khalayak, dalam penyampaian pesan atau gagasan yang berlaku dari penerimaan, kegunaan, dan pengaruh dari media, yang akan menjadi analisis isi audiens (Jensen & Nicholas, 2003).

Penelitian dengan metode *Reception Analysis* yang berhubungan dengan konten tentang selebritis salah satunya dilakukan oleh Sabrina (2014) yang menganalisis penerimaan khalayak terhadap berita tentang gaya kepemimpinan Ahok yang digambarkan melalui Majalah Detik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap informan mempunyai penerimaan atau pemahaman yang berbeda-beda meskipun teks yang dibaca sama, dan para informan melalui faktor-faktor kontekstual yang dimiliki mempunyai pemahaman dan penerimaan yang sama. Namun, melalui faktor kontekstual para informan memiliki pemahaman dan penerimaan yang sama dengan Majalah Detik, bahwa Ahok memiliki gaya kepemimpinan yang jujur, tegas, berani,

galak, blak-blakan, keras, dan lugas. Ahok sebagai tokoh politik juga diketahui kerap melakukan hal-hal kontroversial sehingga tindakannya kerap menjadi santapan media. Banyak yang menyukai tindakannya karena dianggap membela rakyat kecil, tetapi tidak sedikit juga musuh politik yang membenci tindakannya. Jika hal ini dikaitkan dengan Jerinx, pada masa pandemi ini pun sebenarnya masyarakat mengalami polemik, di satu sisi mereka percaya bahwa Covid 19 merupakan pandemi, sementara di sisi lain percaya bahwa ini merupakan bagian dari konspirasi. Bagi yang percaya bahwa ini merupakan konspirasi maka akan percaya terhadap aksi yang dilakukan Jerinx, sedangkan mereka yang percaya bahwa Covid 19 merupakan pandemi sudah barang tentu tidak menyukai tindakan Jerinx bahkan menganggapnya sebagai sensasi.

1.2. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

Disinformasi pesan di kala pandemi penting untuk menjadi perhatian karena dapat membahayakan masyarakat secara luas. Peneliti akan melakukan penelitian untuk mengetahui penerimaan dan pemahaman yang diberikan oleh pembaca terhadap konten Instagram Jerinx yang diposting pada tanggal 29 April 2020 pada akun Instagram milik Jerinx yang berisi tentang permainan menaikkan angka korban guna memuluskan agenda elit global ini sudah terjadi sejak wabah diumumkan kacang Bill Gates bernama WHO. Selain sosok yang penuh dengan kontroversi dalam akun Instagram miliknya dapat kita lihat bahwa disinformasi konten-konten tentang Covid 19 mendominasi konten dalam akun Instagram miliknya. Konten yang akan diteliti ini, merupakan salah satu konten yang mendapatkan *like* terbanyak. Melihat banyaknya

jumlah *like* dalam kurun waktu tersebut peneliti akan fokus pada tanggapan pembaca terhadap pesan yang diterimanya. Respon dari masing-masing pembaca mungkin akan berbeda karena memiliki penafsiran dan penilaian terhadap suatu karya dalam periode waktu tertentu.

Untuk mendukung jalannya penelitian ini, disusun pembatasan masalah yang terdiri dari cakupan untuk penelitian ini, yaitu:

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dibatasi selama periode Februari sampai dengan April 2021. Berdasarkan sumber dari Kemenkes @kawalcovid19.id data peningkatan Covid 19 terjadi pada rentang waktu tersebut yaitu kasus per hari mencapai 6.267 kasus dan peningkatan sebesar 20,20% pasien baru positif Covid 19.

2. Tempat Penelitian

Lokasi yang dipilih penulis untuk melakukan penelitian adalah informan yang berada di Jakarta. Alasan pemilihan lokasi di Jakarta karena DKI Jakarta menempati posisi tertinggi pada penyebaran Covid-19, sumber Kemenkes @kawalcovid19.id.

3. Subyek Penelitian

Informan yang akan menjadi subyek penelitian adalah laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 25 – 40 tahun dengan pendidikan minimal S1. Rentang usia serta tingkat pendidikan yang tinggi ini diharapkan mampu

memberikan penerimaan dan pemahaman yang luas terhadap kajian penelitian ini. Adapun pemilihan laki-laki dan perempuan sebagai subyek dalam penelitian ini lebih ditujukan untuk memperoleh jawaban yang lebih bervariasi, terlebih obyek dalam penelitian ini berkaitan dengan selebritis laki-laki, sehingga diharapkan adanya pemahaman yang lebih bervariasi antara subyek penelitian dari laki-laki dan perempuan berdasarkan jenis kelamin dan gendernya. Subyek penelitian ini dipilih karena gender tidak hanya sebatas jenis kelamin tetapi juga bersifat maskulin dan feminin (Fernandes & Cabral-Cardoso, 2003). Perbedaan sifat ini akan menentukan pengambilan keputusan dan perbedaan tingkah laku. Perempuan cenderung kepada naluri dan perasaan, serta menghindari dari risiko. Sedangkan, pria lebih mengedepankan pada logika, lebih suka pada tantangan dan mengambil risiko. Pengambilan risiko yang dilakukan pria ataupun perempuan dipengaruhi oleh karakter individual dan juga pendidikan subyek yang diteliti (Jianakoplos & Bernasek, 1998).

Peneliti akan menggunakan teori studi analisis resepsi, teori ini digunakan untuk mendukung pemahaman bahwa khalayak tidak bersifat pasif tetapi memiliki kemampuan untuk menerima dan memahami yang disampaikan oleh media karena khalayak dianggap sebagai agen kultural. Peneliti akan melakukan penelitian tentang *reception analysis* dengan perumusan masalah sebagai berikut: **Bagaimana penerimaan dan pemahaman khalayak terhadap konten Instagram milik @jrxsid yang menyatakan bahwa pandemi Covid 19 ini merupakan suatu konspirasi?**

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan apa yang sudah peneliti jabarkan dalam perumusan masalah, maka secara garis besar penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan penerimaan dan pemahaman audiens berdasarkan pengalamannya terhadap konten Instagram JRX SID yang diunggah pada tanggal 29 April 2020 pada akun Instagram miliknya yang menyatakan bahwa pandemi ini merupakan suatu konspirasi, kasus yang ada dianggap oleh Jerinx sebagai sebuah permainan menaikkan angka korban guna memuluskan agenda elit global sudah terjadi sejak wabah diumumkan kacang Bill Gates bernama WHO.

1.4. Signifikansi Penelitian

Signifikansi yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah kajian dalam bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan riset khalayak secara umum, dan secara khusus adalah *Reception Analysis* atau Analisis penerimaan tentang konten pada media massa baru dan pengaruhnya pada audiens.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan kepada pihak-pihak yang berkecimpung dalam dunia media massa (termasuk audiens), karena dengan hadirnya media baru diperlukan kedewasaan oleh para penggunanya (baik pembuat konten ataupun penerima pesan). Hal ini diperlukan karena semua orang dapat memproduksi konten dan menyebarkan dengan cepat. Disadari atau tidak, informasi

yang mereka sampaikan atau terima belum tentu valid dan dari pihak yang kredibel. Kelemahan media baru adalah tidak adanya *gate keeper*. *Gate keeper* memiliki peran yang cukup penting dalam memilah informasi yang disebarkan kepada publik. Oleh karena itu, masing-masing pribadi memiliki peranan yang cukup penting. Jangan mudah menyebarkan informasi yang kita belum tahu kebenarannya karena sulit untuk mengontrol ataupun mengendalikan informasi yang tersebar.

