



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Konstruksi Sosial Terhadap Berita Hiburan di Media Sosial (followers dari akun Instagram @Lambe_turah)

Arsyi Koes Anggita

¹Graha Raya Bintaro Jalan Anggrek Loka Blok B8 No. 24, Tangerang Selatan, 15324, Indonesia

arsyi.koes@student.upj.ac.id

Abstract

Social media is one application that encapsulates internet connection between individuals and other individuals. Instagram is one of the social media that play an active role in giving influence to the audience. In the instagram itself there is referred to as the information content presented that can affect the audience of one of the content or information that always attract the attention of the public is the account @ lambe_turah where the account is changing the literacy audiences from social media instagram. So that influence leads to the emergence of different social constructs that each person raises in relation to the content provided by the @lambe_turah account. In this case, the researcher focuses on social construction theory on account instagram @ lambe_turah where there are two important category that caused someone to construct a information obtained, that is as a view point & a claim that formed the existence of internalization, objectification and also externalization. this research uses qualitative method by using comprehensive interview technique in it to get valid data, then paradigm used by researcher is constructivist paradigm. Therefore, the researcher will investigate further related to the influence of @lambe_turah to the construction of instagram users through the entertainment news account @lambe_turah seen from the side followers.

Keywords:

Abstrak

Media sosial merupakan salah satu aplikasi yang menjembatani koneksi internet antara individu dengan individu yang lain. Instagram merupakan salah satu media sosial yang berperan aktif dalam memberikan pengaruh kepada khalayaknya. Di dalam instagram sendiri terdapat yang disebut sebagai konten informasi yang disajikan yang dapat mempengaruhi khalayak salah satu konten ataupun informasi yang selalu menarik perhatian masyarakatnya adalah akun @lambe_turah dimana akun tersebut mengubah literasi khalayak dari media sosial instagram. Sehingga pengaruh tersebut menyebabkan timbulnya konstruksi sosial yang berbeda yang dimunculkan tiap orang terkait dengan konten yang diberikan oleh akun @lambe_turah tersebut. Dalam masalah ini, peneliti menitik beratkan pada teori konstruksi sosial pada akun instagram @lambe_turah di mana terdapat dua kateogori penting yang membepnagruhi seseorang mengkontruksikan suatu informasi yang diperoleh, yakni sebagai a view point & a claim yang membentuk adanya internalisasi, objektivikasi dan juga eksternalisasi. penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara komprehensif di dalamnya untuk mendapatkan data yang valid, lalu paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah pradikma konstruktivistik. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti lebih lanjut terkait dengan pengaruh @lambe_turah terhadap konstruksi pengguna instagram melalui akun berita hiburan @lambe_turah yang dilihat dari sisi followers.

Kata Kunci:

Pendahuluan

Media sosial merupakan salah satu aplikasi yang menjembatani koneksi internet antara individu dengan individu yang lain. Jutaan manusia di dunia saat ini menggunakan media sosial sebagai sarana untuk membagikan momen, berinteraksi dengan lingkungan global serta mendapatkan informasi. Melalui media sosial hubungan antar individu dinilai dekat karena bisa saling memberikan komentar terhadap suatu konten yang disajikan di dalam media sosial (Abbasi *et.all*, 2014:09). Sehingga banyak spekulasi yang menyatakan bahwa melalui media sosial, manusia bisa melihat perilaku seseorang dari sudut pandang yang berbeda (Abbasi *et.all*, 2014:10). Pengaruh media sosial antara lain adalah dapat mempermudah kontak tak terbatas antar teman dunia maya, bisa menghasilkan peluang bisnis dan terkadang dapat menghilangkan rasa stress (Lestari, 2014:07). Tetapi, media sosial sendiri juga memiliki dampak negatif antara lain adalah memunculkan pribadi manusia yang anti sosial dan juga ketergantungan terhadap media sosial (Lestari, 2014:06).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini sedang digemari oleh kaum remaja. Menurut Winarso (2015) dalam *dailysocial.id*, *instagram* merupakan aplikasi berbasis iOS, Android, dan Windows phone dimana para penggunanya membidik, mengedit, ataupun mem-posting foto maupun video ke halaman utama *instagram*. Sistem pertemanan pada aplikasi *instagram* tergantung pada jumlah *followers* ataupun *following* di dalamnya dimana diantara *followers* ataupun *following* tersebut bisa memberikan komentar pada foto atau video yang di *posting*. *Instagram* juga memberikan fitur – fitur yang menghasilkan konten informasi kepada khalayak banyak seperti ada *caption*, *hashtag*, kamera dan lain sebagainya dimana dalam penyajiannya akan memberikan tafsiran kepada publik secara berbeda. Menurut *statista.com* (2016), para pengguna media sosial (*instagram*) di dunia saat ini mencapai 500 juta pada data statistik terbaru tahun 2016. Jumlah ini sudah meningkat dari tahun ke tahun serta di Indonesia sendiri pengguna media sosial (*instagram*) mencapai 22 juta pengguna aktif menurut statistik dari CNN Indonesia.

Instagram menjadi salah satu media *mainstream* di Indonesia dan juga menjadi wadah untuk memberikan informasi yang bersifat hiburan melalui segmentasi yang menjadikan *instagram* sebagai penyaji

informasi hiburan maka banyak sekali peluang untuk beberapa akun yang berkeinginan untuk menyajikan berita hiburan terutama pada salah satu akun yakni @Lambe_turah. @Lambe_turah merupakan akun *instagram* yang memiliki jumlah *follower* ± 2 juta. Hal ini disebabkan karena @Lambe_turah sendiri menyajikan informasi seputar *public figure* yang memang menjadi perhatian khusus bagi khalayak.

Komunikasi merupakan wadah penyampai informasi dimana melalui penelitian yang diteliti terlihat bahwa komunikasi yang disampaikan bersifat satu arah yakni hanya untuk mengkonstruksikan pemikiran dari khalayak. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Shannon dan Weaver yakni model transaksional (Wood, 2010).

Berbicara mengenai konstruksi sosial, konstruksi sosial adalah Hal ini biasanya dihubungkan pada pengaruh sosial dalam pengalaman hidup individu (Ngangi, 2011). Dalam konstruksi sosial terdapat tahap yang disebut sebagai internalisasi, eksternalisasi dan juga objektivasi yang mempengaruhi cara pandang seseorang melalui hal yang dilihat (Ngangi, 2011). Konstruksi yang terjadi dalam akun @lambe_turah terdapat pada isu terbarunya yakni mengenai pemahaman melalui Pelakor (Perebut Lelaki Orang) yang ditunjukkan pada suatu kasus yang terjadi antara Jennifer Dunn dengan Sarita. Dilansir dari Anita Wardhani (2017) melalui *tribunews.com* mengatakan bahwa Jennifer Dunn merupakan salah satu yang diduga sebagai perempuan perebut suami orang yang disebut sebagai fenomena Pelakor oleh @lambe_turah. Pemberitaan ini membuat para pengguna media sosial termasuk di dalamnya adalah *instagram* mengkonstruksikan fenomena Pelakor pada dunia saat ini. Melalui kasus tersebut penulis ingin meneliti lebih lanjut lagi mengenai konstruksi sosial yang dimunculkan oleh *follower* dari @lambe_turah.

Dalam melangsungkan penelitian ini secara komprehensif, peneliti pun membandingkan dengan beberapa literatur yang ada yang memiliki fokus yang sama, yakni: (1) Literasi Media Internet dikalangan mahasiswa (Adriarsi *et,al*,

2015) mengatakan bahwa media internet telah mempengaruhi pengetahuan informasi mahasiswa. Dalam literatur ini, lebih melihat mengenai pengaruh *smartphone* serta internet menjadi satu kesatuan perangkat yang menyebabkan mahasiswa memberikan pemahaman kritis terkait informasi. Penelitian ini mengenai literasi yang dibuat internet dalam mempengaruhi informasi yang didapat mahasiswa dan penelitian ini belum masuk ke dalam ranah konstruksi sosial. (2) melalui literatur yang dikemukakan jurnal pembentukan *framework* dari literasi media (Lin et.al, 2013). Media baru yang terkomputerisasi serta terintegrasi terhadap teknologi mempengaruhi pola serta *framework* yang dimunculkan dalam berkomunikasi (Lin et.all, 2013). Pada penelitian ini lebih terperinci lagi mengenai pengaruh *framing* yang dibuat untuk menggambarkan suatu informasi untuk membentuk pemahaman kepada khalayaknya. (3) Selanjutnya penelitian dari Hobbs dan Jensen (2009) dalam jurnal yang berjudul *The Past, Present, Future of Media Literacy Education* melihat bahwa literasi media bisa digunakan sebagai penambah pengetahuan kepada masyarakat dimana hal tersebut dapat diterapkan melalui cara lama yang menggunakan media komersial hingga cara baru yakni dengan menggunakan media digital.

Di Indonesia pengguna media sosial sangatlah banyak. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia terdapat sekitar 63 juta WNI yang 95% diantaranya menggunakan fasilitas internet untuk mengakses jejaring sosial. Hal ini dapat diprediksi bahwa proses perkembangan era digital yang cepat juga akan terus diikuti dengan proses penyampaian informasi yang cepat pula dimana dari teori literasi media yang ada, sertiap orang memiliki persepsi yang berbeda terhadap sebuah informasi yang memungkinkan untuk terjadinya argumentasi. Terlebih lagi penyajian informasi yang dihadirkan media terutama pada akun @lambe_turah telah dikonstruksikan sedemikian rupa untuk membangun argumen dan bertindak juga

sebagai media komersil (edutopia.org, 2014) Oleh sebab itu peneliti akan membahas lebih lanjut terkait dengan masalah konstruksi di *instagram* mengenai akun @lambe_turah sehingga fokus penelitiannya adalah mengenai “Bagaimana Konstruksi sosial Terhadap Berita Hiburan di Media Sosial (Studi kasus pada *followers* akun *Instagram @Lambe_turah*)”.

Rumusan Masalah

Penjabaran di atas memberikan pengertian bahwa informasi media sosial *instagram* memengaruhi persepsi kalangan masyarakat terutama mahasiswa terkait pesan ataupun informasi yang disajikan. Sehingga oleh sebab itu, saya sebagai peneliti memberikan analisa terkait rumusan masalah yang ada yakni:

1. Bagaimana analisa Konstruksi sosial Terhadap Berita Hiburan di Media Sosial pada Studi kasus *followers* akun *Instagram @Lambe_turah*?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengacu pada rumusan masalah yakni menjawab mengenai bagaimana analisa konstruksi sosial terhadap berita hiburan di media sosial melalui studi kasus yang memfokuskan terhadap *followers* dari akun *Instagram @Lambe_turah*.

Tinjauan Pustaka

Teori Konstruktivisme

Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak sesuai kategori konseptual yang ada dipikrannya (Morissan, 2014). Menurut teori ini, realitas dibentuk tidak dengan menunjukkan dirinya dalam bentuk

yang kasar tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui cara individu melihat sesuatu (Morissan, 2014: 166). Teori ini didasari atas konstruksi pribadi dimana manusia jika mendapatkan informasi cenderung memahaminya terlebih dahulu disesuaikan dengan pengalaman yang diterima lalu setelah itu dikelompokkan berdasarkan perbedaan ataupun kesamaan yang ada (Morissan, 2014).

Konstruksi Sosial

Konstruksi sosial memiliki arti yang luas dalam ilmu sosial. Hal ini biasanya dihubungkan pada pengaruh sosial dalam pengalaman hidup individu. Asumsi dasarnya pada “realitas adalah konstruksi sosial” dari Berger dan Luckmann. Selanjutnya dikatakan bahwa konstruksi sosial memiliki beberapa kekuatan. Pertama, peran sentral bahasa memberikan mekanisme konkret, dimana budaya mempengaruhi pikiran dan tingkah laku individu (Ngangi, 2011:01). Kedua, konstruksi sosial dapat mewakili kompleksitas dalam satu budaya tunggal, hal ini tidak mengasumsikan keseragaman (Ngangi, 2011:01). Ketiga, hal ini bersifat konsisten dengan masyarakat dan waktu (Ngangi, 2011:01). Melalui Berger dijelaskan mengenai dialektis teoritis konstruksi sosial, yakni: (1) Eksternalisasi adalah usaha pencurahan diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik (Ngangi, 2011:01-02). (2) Objektivasi adalah hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia (Ngangi, 2011:01-02). (3) Internalisasi merupakan proses dialektis dari pembentukan relitas dimana sosialisasi terjadi (Ngangi, 2011:01-02).

Social Network

Social Network atau jejaring sosial merupakan layanan jaringan yang berbasis web yang mengizinkan tiap individu membangun profil untuk publik dengan sistem yang dibatasi, mengartikulasikan pengguna lain dengan

mengetahui siapa orang tersebut berdasarkan koneksi yang ada dengan sebuah sistem (Boyd & Ellison, 2010:02).

Media Sosial (*instagram*)

Instagram merupakan salah satu media sosial yang berkembang cepat di pasaran saat ini dimana fitur yang diberikan sangat mudah digunakan dan selalu terbaru. Sekitar 90% pengguna media sosial ini berada dibawah usia 35 tahun menurut data yang diambil oleh jurnal *Social Media Plan Communications* karya Iowa State University (2015:08 – 09). *Instagram* sendiri merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital serta membagikannya kepada layanan media sosial lain termasuk *instagram* sendiri (Salamoon, 2013:09). Proses sosial atau pertemanan yang dibentuk dari *instagram* adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lain (*following*) ataupun memiliki pengikut (*follower*) (Salamoon, 2013:09). Berkomunikasi dengan memberikan simbol – simbol yang dimunculkan dalam media sosial *instagram* mengartikan bahwa komunikasi dibentuk tidak hanya verbal saja melainkan adanya dukungan non-verbal yang terkadang bisa memberikan ketertarikan kepada orang lain yang melihat. Penggunaan dari *instagram* hingga saat ini sudah mencapai 500 juta user, informasi ini pun dilansir dari media informasi televisi Indonesia yakni CNN Indonesia (2016).

Konten Media

Konten media memiliki efek potensial dalam komunikasi, baik disengaja ataupun tidak sehingga keinginan ada keinginan untuk memahami daya tarik dari konten pada khalayak (McQuail, 2011:78). Fokus perhatian dari konten adalah terhadap penggambaran kejahatan, kekerasan, dan seks dalam hiburan populer, penggunaan media sebagai propaganda,

dan kinerja media dalam kaitannya dengan prasangka rasial atau semacamnya (McQuail, 2011:78). Aspek yang menari dari konten media seringkali bukanlah pesan yang tersurat, tetapi kurang lebih pesan yang tersembunyi dan makna yang tidak pasti yang ada di dalam teks media (McQuail, 2011:79).

Metodologi Penelitian

Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki desain atau paten penelitian yang sementara dimana hasil dari jawaban narasumber ataupun informan ditentukan berdasarkan dengan wawancara ataupun riset yang langsung di dapat di lapangan (Hamdi dan Bahrudin, 2014). Metode penelitian kualitatif juga digunakan untuk membuat pemahaman serta makna dari suatu peristiwa yang dialami manusia berdasarkan tingkah laku yang diperspektifkan oleh peneliti (Gunawan, 2015). Pendekatan fenomenologi dilakukan dengan *tribal language*

phenomenology, yang meliputi

intentionality (kesadaran), *epoche* (prosedur), *eidosis* (ide atau bentuk), *eidic reduction* (esensi atau hakikat), *noesis* (pemahaman subjektif), *noema* (objek yang dipersepsikan), dan *apodictic* (intuisi murni tanpa tercampur akal) sehingga hal tersebutlah yang membuat paradigma fenomenologi masuk ke dalam metode riset kualitatif (Fikri *et.al*, 2010). Strategi ini digunakan karena peneliti ingin mengetahui mengenai informasi terkait pemaknaan media hiburan digital yakni pada akun *Instagram* @Lambe_turah dari berbagai sudut pandang informan untuk mengetahui kemenarikan dari konten ataupun informasi yang disajikan oleh akun @Lambe_turah. Melalui penelitian kualitatif yang menggunakan metode wawancara di dalamnya, peneliti pun mewawancarai dua orang yakni sebagai berikut: (1) Cut Salma yang merupakan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dimana dia telah mengikuti akun @lambe_turah selama setahun dimana ia pun sudah dengan mudahnya

terkonstruksi isi informasi yang disampaikan oleh akun tersebut walaupun hanya beberapa. (2) Rezky yang juga merupakan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dimana dia mengetahui secara detail mengenai konstruksi dari mulai jenis informasi apa saja yang disajikan oleh @lambe_turah yang membuatnya sudah menginternalisasikannya kedalam dirinya. Wawancara dilakukan pada 22 Juli 2016 yang berlokasi di Universitas Pembangunan Jaya tepatnya di area kantin kampus.

Hasil dan Diskusi

Hasil yang didapat memalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan informasi serta konstruksi sosial yang dibentuk oleh @lambe_turah kepada responden yang saya teliti adalah:

- Cut Salma mengatakan secara tersirat bahwa dia telah tereksternalisasi informasi yang disajikan oleh akun @lambe_turah melalui cara akun tersebut membentuk suatu konstruksi pemahaman melalui kata-kata yang dibentuk seperti “minceu”, “pelakor”, dan sebagainya.
- Rezky telah terinternalisasi di dalam dirinya melalui informasi akun @lambe_turah dimana ia telah mengetahui berbagai jenis informasi di akun tersebut dan mengkonstruksikannya secara internalisasi sebagai salah satu objek yang informasinya harus dipercaya.

Diskusi

Dalam hal ini proses objektivasi tidak dimunculkan melainkan tahap internalisasi dan juga eksternalisasi yang dimunculkan oleh responden yang memandang akun @lambe_turah dalam penyajian beritanya dimana hal tersebut dibuktikan dengan menganggap bahwa dalam akun @lambe_turah telah di *claim* sebagai pemberi fakta untuk berita hiburan dan *a view point* dalam memberikan

pandangan kepada khalayaknya untuk di konstruksikan.

Kesimpulan

Pada informan pertama dapat dikatakan bahwa pengaruh akun @lambe_turah sudah menjadikannya sebagai informan yang mengetahui segala informasi yang percaya dalam ranah konstruksi sosial yang ada dimana kepercayaan serta pandangan secara luas telah difokuskan pada akun @lambe_turah itu sendiri. Sementara itu untuk informan kedua, dia hanya ingin sharing informasi dengan teman supaya tidak dikatakan bahwa dirinya kurang update walaupun pada dasarnya ia sendiri tidak peduli dengan informasi dari @lambe_turah sehingga konstruksi sosial pada dirinya hanya mencapai pada ranah internalisasi untuk ruang lingkup eksternal.

References

- Wood, Julia T. (2013). *Komunikasi Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Berger, Peter L dan Thomas Luckman. (1991). *The Social Construction of Reality*. England: Penguin Books.
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, Stephen W. & Foss, Karen A. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Edraswara, Suwardi. (2006). *Metode Teknik Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama.

Raco, JR. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.

Wahjuwibowo, Indiwani Seto. (2015). *Terorisme dan Penelitian Media*. Yogyakarta: Deepublish.

Creswell, John W. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London: Sage

Castell, Manuel & Cardoso, Gustavo. (2005). *The Network Society from Knowledge to Policy*. Portugal: ISCTE.

Boyd, Danah M & Ellison, Nicole B. (2012). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. America: University of California-Berkeley & Michigan State University.

Sholihuddin, Muhammad. (2010). *Pengaruh Kompetensi Individu (Individual Competence) Terhadap Literasi Media Internet di Kalangan Santri*. Tangerang: Universitas Islam Nasional.