

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan internet telah memberikan kontribusi sebagai penunjang kegiatan manusia, salah satunya dalam lingkup komunikasi di media sosial. Hampir semua kegiatan keseharian manusia dilakukan dengan berkomunikasi. Dimanapun, kapanpun, dan dalam situasi apapun, manusia selalu bergelut dengan komunikasi (Liliweri, 2015). Berdasarkan laporan “*Digital Around The World 2019*” dari *We Are Social* bersama dengan Hootsuite melalui artikel Kompas.com tahun 2019 mengungkapkan bahwa 150 juta penduduk di Indonesia dari 268,2 juta penduduk telah menggunakan media sosial. Hal ini juga didukung dengan karakteristik media sosial yang *user friendly*.

Salah satu media sosial yang mudah digunakan dan sedang digemari oleh masyarakat adalah instagram. Instagram memberikan layanan mengunggah dan berbagi foto, video serta jejaring sosial secara *online*. Saat pengguna mengunggah foto dan video di instagram, pengguna dapat mengedit unggahan foto dan video tersebut dengan berbagai filter dan diatur dengan *tag*, *hashtag* serta informasi lokasi secara publik. Sehingga memungkinkan pengguna instagram untuk menjelajahi konten pengguna lainnya berdasarkan *tag*, lokasi dan *hashtag*.

Hal tersebut dimanfaatkan oleh *influencer*. Kehadiran *influencer* tidak asing lagi bagi masyarakat. *Influencer* memiliki *followers* yang banyak dan pengikut tersebut yang menjadikannya acuan gaya hidup karena memungkinkan untuk dapat memberikan pengaruh pengikutnya akan suatu hal.

Influencer hadir dengan latar belakang dan alasan yang tentu saja berbeda-beda. Perbedaan latar belakang tersebut menyebabkan terciptanya tujuan pada setiap akun *influencer* dalam mengelola akun instagram mereka. Ketenaran seorang *influencer* tidak terlepas dari bagaimana mereka mempresentasikan diri mereka melalui akun instagram mereka. Konten yang mereka buat merupakan upaya untuk mendukung peran sesuai dengan kebutuhannya untuk mencapai tujuan yaitu membangun kesan pertama yang baik sebagai seorang *influencer*. Sehingga orang lain mampu menilai sebagaimana yang *influencer* inginkan di mata khalayak atau *followers*-nya.

Setiap akun instagram memiliki ciri khas yang berbeda-beda sesuai dengan presentasi diri *influencer*. Ada berbagai strategi presentasi diri di media sosial yaitu menulis kata-kata bijak, menyampaikan kritik, menyampaikan aktivitas melalui video, gambar dan foto seperti foto-foto di berbagai lokasi, foto bersama publik figur, hasil karya dan lain sebagainya. Salah satu *influencer* yang menunjukkan presentasi diri di instagram adalah Intan Kemala Sari (@kemalasaki). Intan Kemala Sari termasuk *beauty influencer plus size*. Ia menunjukkan presentasi dirinya melalui akun instagram pribadinya yaitu @kemalasaki dengan membagikan konten mengenai kehidupannya menjadi perempuan *plus size*, kecantikan, *lifestyle* meliputi OOTD (*Outfit of The Day*) yaitu apa yang sedang ia pakai atau *style* hari ini, makanan sehat, keahliannya berbicara Bahasa Korea, pola pikirnya, pengalaman ke Luar Negeri dan lain sebagainya.

Beauty influencer yang juga bekerja sebagai *lifestyle assistant editor* di platform media kumparan ini sering memberikan *hashtag* diantaranya #GueGendutGuePD, #kemalasaritanyadong, #kemalasariootd, #plussizeootd, dan #hijabplussize pada postingannya. Penggunaan tagar di instagram memiliki tujuan tertentu. Selain itu,

penggunaan tagar juga digunakan untuk menggolongkan topik atau konten sehingga memudahkan pengguna instagram saat mencari topik atau konten yang dibutuhkan. Salah satu contoh penggunaan *hashtag* yang bertujuan dilakukan oleh Intan Kemala Sari adalah hashtag #GueGendutGuePD untuk mengkampanyekan mengenai *body diversity* yaitu keanekaragaman bentuk tubuh kepada publik dan mendobrak makna cantik bagi perempuan melalui postingannya.

Tujuan lainnya adalah untuk memotivasi orang-orang yang bertubuh gendut agar memiliki kepercayaan diri menunjukkan siapa mereka ke publik. Hal tersebut dilakukan karena konsep perempuan cantik di Indonesia digambarkan dengan tubuh yang cenderung kurus, berlekuk, dan sehat. Kecantikan perempuan masih menjadi komoditas media massa. Salah satunya adalah televisi yang memasukan ide-ide standar kecantikan melalui sinetron dan iklan, serta melalui figur-figur perempuan yang bertubuh ideal (Melliana, 2006:51) dalam Hapsari, Ayustin 2018, artinya penampilan fisik kerap dijadikan ukuran kecantikan seseorang.

Melalui postingan dan tagar-tagar yang digunakan oleh Intan Kemala Sari dapat melakukan presentasi diri, menampilkan dirinya di depan publik melalui akun instagramnya sebagai seorang *beauty influencer plus size* bagi pengikutnya. Terlepas dari seorang *influencer*, @kemalasari sebagai perempuan *plus size* sering di-bully di lingkungan sekitarnya. Minder, sakit hati dan sedih pastinya ia rasakan. Akan tetapi, dalam blognya hellokemalasari.wordpress.com, ia menuliskan bahwa minder dan tidak percaya diri dapat diatasi dengan memiliki *mindset* yang positif terhadap diri sendiri. Meskipun sering mendapatkan *bully-an* ia tetap membagikan kehidupan *plus size*-nya di media sosial sampai ia dikenal sebagai *beauty influencer plus size*.

The Presentation of Self in Everyday Life, Erving Goffman (1959) menyatakan bahwa individu disebut aktor dapat mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya. Sederhananya, presentasi diri adalah upaya seseorang untuk menimbulkan manajemen impresi atau kesan dirinya terhadap orang lain. Goffman juga menjelaskan bahwa dalam mempresentasikan dirinya, seseorang memiliki dua wilayah yaitu wilayah depan (*front region*) dan wilayah belakang (*back region*). Wilayah depan adalah bagaimana seseorang menunjukkan dirinya sesuai kesan yang diinginkan dari orang lain. Sedangkan wilayah belakang adalah wilayah dimana seseorang mempersiapkan penampilannya pada wilayah depan.

Presentasi diri melalui media sosial dapat menimbulkan identitas virtual. Presentasi diri melalui media sosial juga dianggap sebagai perpanjangan diri pemilik akun media sosial. Presentasi diri yang dilakukan pada akun instagram @kemalasar memiliki pesan-pesan ataupun wacana tersendiri. Hal tersebut dapat diketahui melalui konten dan bahasa yang digunakan.

Setiap unggahan konten yang meliputi foto, video, *highlights* dan bahasa *caption* yang digunakan oleh @kemalasar dalam mempresentasikan dirinya mewakili wacana yang ingin @kemalasar sampaikan. Pengertian wacana sendiri adalah unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Menurut Eriyanto, 2001 bahasa dihubungkan dengan wacana, karena melalui bahasa dapat mengetahui penggambaran dan memahami maksud tertentu pesan-pesan wacana yang disampaikan komunikator. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah menciptakan makna, yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri komunikator. Saat wacana disampaikan dan dikembangkan, wacana tersebut juga dapat mempengaruhi khalayak kemudian menjadi suatu kebenaran.

Untuk itu, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai analisa wacana dalam presentasi diri akun instagram *beauty influencer plus size* @kemalasari. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana dengan model dari Norman Fairclough. Analisa wacana berhubungan dengan studi mengenai bahasa atau pemakaian bahasa. Analisa wacana dengan model Fairclough berusaha mengungkapkan kegiatan, pandangan, dan identitas berdasarkan bahasa yang digunakan dalam wacana. Dalam buku (Eriyanto, 2001) Fairclough memakai analisa wacana untuk melihat tiga masalah berikut. Pertama, bagaimana sesuatu ditampilkan dalam teks yang bisa jadi membawa muatan ideologis tertentu. Kedua, bagaimana hubungan antara pembuat teks dengan pembaca, seperti apa teks disampaikan. Ketiga bagaimana personal dan identitas hendak ditampilkan.

Peneliti merasa melalui metode ini peneliti mampu menjawab permasalahan utama peneliti yaitu mencari tahu bagaimana akun instagram @kemalasari sebagai *beauty influencer* dalam mempresentasikan dirinya. Apakah dalam mempresentasikan dirinya melalui postingan pada akun instagram pribadinya, @kemalasari ingin menyampaikan wacana tertentu, apakah dipengaruhi oleh ideologi tertentu dan tentu saja bagaimana identitas yang hendak ia tampilkan. Beberapa hal tersebut jelas mempengaruhi proses produksi suatu pesan hingga pesan tersebut ditampilkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana akun instagram @kemalasari sebagai *beauty influencer plus size* dalam mempresentasikan dirinya?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui presentasi diri yang dilakukan seorang *beauty influencer plus size* dalam akun instagram @kemalasari dan mengetahui wacana dari presentasi diri yang dilakukan tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Secara akademis hasil penelitian dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi yang menjelaskan keberlakuan teori-teori komunikasi terkait dengan presentasi diri seorang *beauty influencer plus size* melalui akun instagramnya. Hal tersebut terkait dengan latar belakang Intan Kemala Sari yang merupakan *beauty influencer plus size* sekaligus *lifestyle assistant editor* di kumparan dalam lingkup *makeup, fashion* dan *language enthusiast* khususnya Bahasa Korea. Selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya.

1.4.2 Secara Praktis

Manfaat penelitian ini secara praktis dapat memberikan wawasan kepada masyarakat tentang presentasi diri seorang *beauty influencer* yang nantinya akan bermanfaat bagi khalayak pada umumnya, bagi para pengguna instagram pada khususnya, dalam melakukan presentasi diri mereka melalui akun instagram yang dimiliki.

1.4.3 Secara Teoritis

Memberikan manfaat bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Ilmu Komunikasi mengenai studi analisis wacana.