

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era digital, siapa pun dapat mencari, mengakses, mengunduh, dan menyebarkan berita, informasi, pengalaman, opini, bahkan opini hanya dengan satu ketukan jari. Seiring kemajuan teknologi, jaringan internet dan media sosial menciptakan pengalaman baru yang memungkinkan masyarakat berinteraksi dan berinteraksi secara interaktif tanpa harus bertatap muka. Berdasarkan data We Are Social pada Januari 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta. Hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 5,2%, atau sekitar 10 juta pengguna, dibandingkan tahun 2022.

Kebermanfaatan internet terus berkembang dengan kemampuannya dalam menyebarkan informasi secara *real-time* ke banyak pengguna. Internet menjadi sarana berinteraksi di mana terdapat media sosial di dalamnya. Media sosial dapat diartikan sebagai media berbasis internet yang memungkinkan penggunanya dapat berinteraksi secara *real-time* (langsung) dan *delayed* (tertunda) kepada khalayak luas maupun privat. Media sosial di masa kini telah hadir dengan berbagai jenis dan karakteristik. Data oleh *We Are Social* juga menyebutkan bahwa kini manusia berfokus pada kegiatan di media sosial mulai dari berinteraksi, terhubung, mencari informasi dan hiburan, serta melakukan kegiatan pemasaran. Hal ini tentunya menjadikan hadirnya media sosial telah mengubah cara manusia berkomunikasi dengan termediasi oleh media sosial.

Adanya perilaku manusia yang kini termediasi dengan media sosial juga memungkinkan penggunaan internet sebagai wadah dari komunitas virtual. Menurut (Muhammad & Manalu, 2017) komunitas virtual sangat dipengaruhi oleh perkembangan internet yang memungkinkan penggunaanya berkegiatan di ruang virtual secara bersama-sama. Kemungkinan ini menjadikan pengguna tidak lagi membutuhkan kontak secara fisik atau pertemuan *face to face*, melainkan interaksi melalui gawai yang mengarah *face to screen*. Komunitas virtual dapat didefinisikan sebagai kumpulan orang di dalam jaringan tertentu yang terkait atas kesamaan, baik itu berupa hobi, pekerjaan, latar belakang, tujuan, dan cara pandang.

Instagram adalah salah satu jenis media sosial yang digunakan sebagai media untuk menciptakan komunitas virtual yang berfokus pada konten audiovisual dan gambar, yang dimotivasi oleh kesamaan minat dan minat anggota. Basis pengguna Instagram di Indonesia adalah platform media sosial terpopuler kedua, dengan 92,1% pengguna menggunakannya, tepat di belakang WhatsApp.

Instagram merupakan aplikasi rancangan Kevin Systrom dan Mike Krieger yang resmi diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Melalui aplikasi ini, penggunaanya dapat mengambil dan merekam, membagikan foto dan video, menerapkan efek dan filter digital, dan berinteraksi dengan sesama pengguna Instagram. Media sosial Instagram menjadi sebuah wadah di era baru dalam membentuk citra, baik itu untuk diri sendiri maupun citra kelompok, organisasi, maupun korporasi. Pada media sosial Instagram, jumlah pengikut (*followers*) dan menyukai (*like*) yang tinggi menjadi pertanda bahwa pemilik akun juga memiliki citra yang tinggi dan dapat menjadi figur berbagai pengguna (Zakirah, 2017).

Melalui fitur yang beragam, Instagram juga dijadikan sebagai media aktivitas siber. *Cyberactivism* adalah kegiatan aktivis sosial yang didukung oleh penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet. Aktivisme siber dianggap sebagai alat penting yang dapat membawa perubahan, memobilisasi masyarakat, meningkatkan kesadaran, dan mengekspresikan perspektif terhadap suatu isu (Parahita, 2019). Aktivisme siber di platform Instagram mengungkapkan berbagai isu, antara lain politik, agama, lingkungan hidup, kesetaraan gender, dan isu sosial lainnya. Perubahan sifat interaksi, metode komunikasi, dan organisasi sosial dapat diamati melalui penggunaan aktivisme digital.

Aktivis digital menggunakan berbagai strategi untuk mencapai tujuan mereka, termasuk penyebaran informasi dan pendidikan melalui konten media sosial, kampanye online, petisi digital, demonstrasi online, dan solidaritas online. Selain itu, kampanye *hashtag* juga merupakan bagian penting dari aktivisme digital di Instagram. Tagar bertindak sebagai alat jangkauan untuk menyebarkan tindakan melampaui pengikut. Hal ini memudahkan pengguna untuk menemukan dan bergabung dalam gerakan serta berpartisipasi dalam diskusi.

Salah satu topik yang jarang dibicarakan dalam aktivitas siber di media sosial adalah isu *broken home*. Komunikasi dalam keluarga yang dimiliki setiap orang tidak selalu terjalin dengan baik. Adanya berbagai faktor yang dapat menimbulkan konflik dan permasalahan dalam suatu keluarga pada akhirnya menyebabkan keluarga tersebut memutuskan untuk berpisah (bercerai). Keputusan ini diambil oleh sebagian orang ketika tidak ada keharmonisan dalam keluarga, yang kemudian menimbulkan pertengkaran dan perselisihan yang berkepanjangan.

Willis dalam (Wulandri & Fauziah, 2019) menyatakan bahwa perceraian menjadi salah satu jenis *broken home* dengan kategori yang dapat didefinisikan sebagai keluarga yang terpecah akibat strukturnya sudah tidak utuh. Selain perceraian, keadaan di mana salah satu dari anggota keluarga (ayah/ibu) yang telah meninggal juga masuk dalam kategori *broken home*. Adapun kategori kedua dari *broken home*, yakni kondisi di mana orang tua tidak bercerai, namun struktur keluarga tidak utuh (seperti karena ayah atau ibu sering tidak di rumah dan atau tidak lagi memperlihatkan kasih sayang lagi (Willis, 2013). Menurut (Fathur & Alfa, 2019) perceraian adalah kondisi terputusnya ikatan pernikahan secara hukum maupun permanen yang memiliki dampak terhadap psikologi seseorang.

Di Indonesia, perceraian bukanlah suatu isu yang jarang didengar oleh berbagai golongan masyarakat. Mulai dari selebriti, tokoh publik, pejabat, bahkan masyarakat umum dapat berpotensi mengalami perceraian. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat 516.334 kasus perceraian yang tercatat di Indonesia pada tahun 2022. Jumlah ini meningkat 15,31% dibandingkan tahun sebelumnya yakni tahun 2021 yang jumlah kasusnya sebanyak 447.743 kasus. Penyebab utama perceraian yang terjadi sepanjang tahun 2022 ada dua, yaitu perselisihan dan pertengkaran yang berjumlah 284.169 kasus atau 63,41% dari total kasus.

Stigma masyarakat yang memandang anak *broken home* adalah anak yang nakal dan memalukan. Padahal kenyataannya, anak *broken home* justru menjadi korban dari perpisahan orang tuanya. Perceraian berpengaruh terhadap tumbuh kembang anak, baik secara fisik, emosional, spiritual, dan juga sosial. Penelitian oleh Jennifer O'Loughlin, profesor University of Montreal (Probo & Nasiri, 2016)

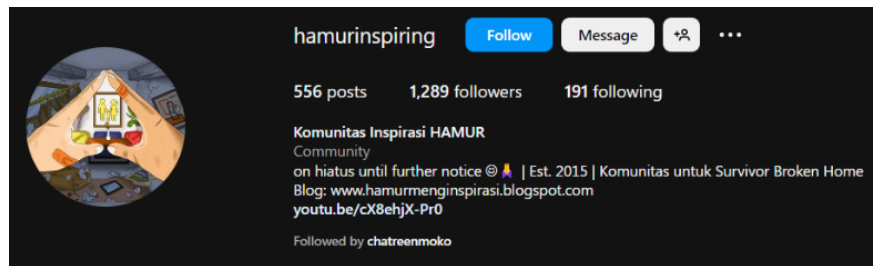
menghasilkan kesimpulan bahwa anak-anak hingga remaja yang menghadapi kondisi perceraian dari kedua orang tuanya kebanyakan mengalami gejala dan gangguan kesehatan mental jangka pendek, diantaranya stres, cemas, dan depresi. Selain berpengaruh pada kesehatan mental anak yang diposisikan sebagai ‘korban *broken home*’, perceraian juga mampu memengaruhi kenakalan remaja. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh (Nadeak, 2014) berjudul “Fenomena ‘Anak Nakal’ di Rungkut-Surabaya”, bahwa kenakalan remaja dipicu oleh faktor keluarga sebagai urutan pertama, yakni perceraian orang tua, minimnya komunikasi antara orang tua dan anak, pola asuh yang kurang baik, pengaruh lingkungan pertemanan, serta dorongan keluarga dan lingkungan sosial.

Beberapa orang menggunakan istilah "anak nakal" untuk menggambarkan anak-anak dari keluarga *broken home*, karena diyakini akan memberikan pengaruh negatif terhadap orang-orang di sekitar mereka. Maka dari itu, anak-anak dari keluarga *broken home* memerlukan forum dan komunitas yang aman (saling mendukung dan tidak saling mengkritik) untuk bersatu dan secara kolektif mengatasi prasangka masyarakat. Hal ini agar anak-anak dari keluarga *broken home* tetap bisa bermimpi dan memiliki masa depan cerah dan tidak diprasangkai sebagai anak nakal.

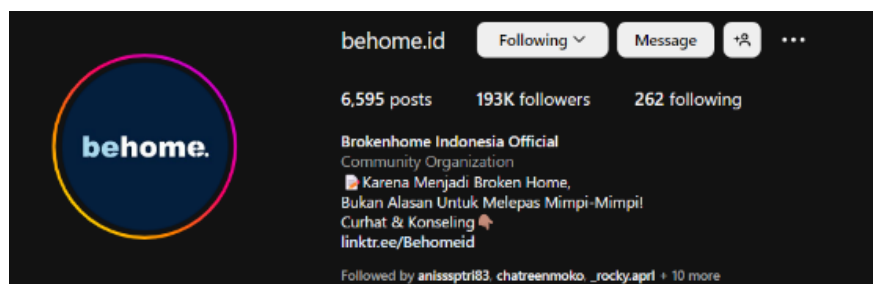
Penelitian oleh (Suwono, 2021) berjudul ‘Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Behome.id terhadap Kepuasan *Followers* dalam Menggunakan Layanan Kesehatan Mental’ memberikan hasil bahwa mayoritas *followers* adalah anak *broken home* yang mengikuti akun tersebut dengan alasan untuk bercerita dengan leluasa tanpa dihakimi, mendapatkan motivasi, serta dukungan psikologis

agar dapat berpikir jernih dan menghilangkan segala prasangka buruknya terkait anak *broken home*.

Isu *broken home* memang jarang mejadi isu yang diangkat pada kegiatan *cyberactivism* di media sosial Instagram, namun hal ini bukan berarti tidak ada sama sekali kelompok atau komunitas yang mengangkat isu ini. Adapun dalam penelusuran penulis di media sosial Instagram, ditemukan dua akun komunitas yang melakukan *cyberactivism* dengan mengangkat isu *broken home*, yakni ‘Hamur Inspiring’ (@hamurinspiring) dan ‘Broken Home Indonesia’ (@behome.id).



Gambar 1 Profil Akun Instagram @hamurinspiring

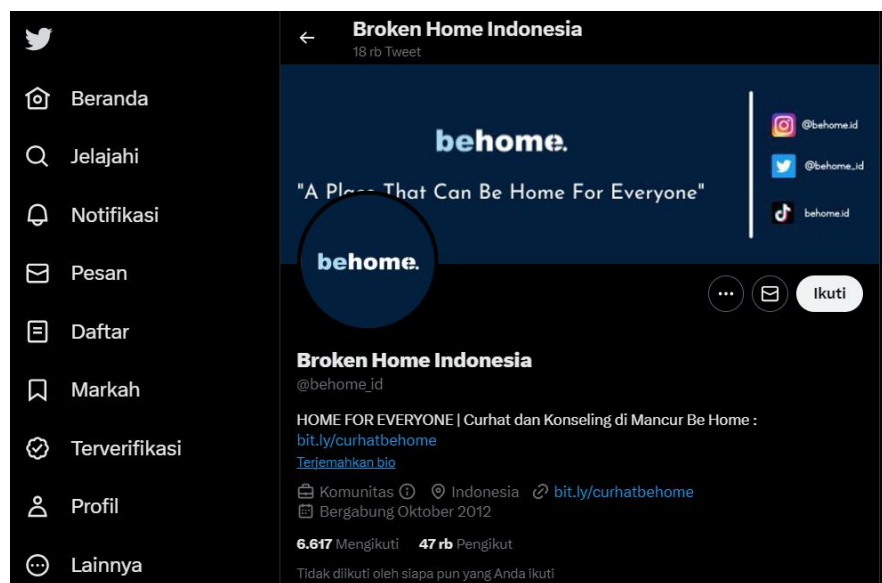


Gambar 2 Profil Akun Instagram @behome.id

Adapun komunitas ‘Hamur Inspiring’ dibentuk sejak tahun 2015 dengan memiliki 1.289 *followers*, namun saat ini akun tersebut sedang ada pada masa hiatus. Pada komunitas lainnya yaitu ‘Broken home Indonesia’, telah dibentuk sejak

2012 dan kini memiliki 193.000 *followers*. Keaktifan dari komunitas *Broken home* Indonesia pada media sosial Instagram dan kegiatan *cyberactivism* pada setiap kontennya menjadikan peneliti memilih komunitas ini sebagai subjek penelitian.

Komunitas '*Broken home* Indonesia' atau 'BeHome' hadir sejak 16 Oktober 2012 dan mengawali eksistensinya di media Twitter dengan *username* @behome\_id.



Gambar 3 Profil Akun Twitter @behome\_id

Pada awalnya, akun BeHome terbentuk sebagai media untuk meluapkan segala emosi yang dihadapi oleh *founder* atas perceraian kedua orang tuanya. Katrin Sovia Ifana atau Moko selaku *founder* mengungkapkan kekesalan dan kekecewaannya sebagai anak *broken home* melalui cuitan yang berupa kata-kata kasar di media sosial Twitter. Berbagai respon positif dari para pengikut 'BeHome' di Twitter menjadikan *founder* merasa memiliki banyak teman bernasib serupa seperti dirinya sebagai anak *broken home*.

Pada pertengahan tahun 2013 inisiatif dari *founder* BeHome, Moko, mendorong dirinya untuk mengubah visi dan misi BeHome tidak lagi sebagai media untuk meluapkan kekesalan melalui umpatan kasar, namun sebagai akun atau media yang digunakan untuk saling berbagi, saling mendukung, dan memotivasi *broken home survivor*. Media sosial Instagram @behome.id mengusung *tagline* ‘Karena Menjadi *Broken home*, Bukan Alasan Untuk Melepas Mimpi-Mimpi!’. Moko merawat BeHome sebagai ‘rumah ramah’ yang digunakan untuk merangkul siapapun yang memiliki nasib sama, merasa kesepian dan kesendirian, serta membutuhkan teman untuk curhat.

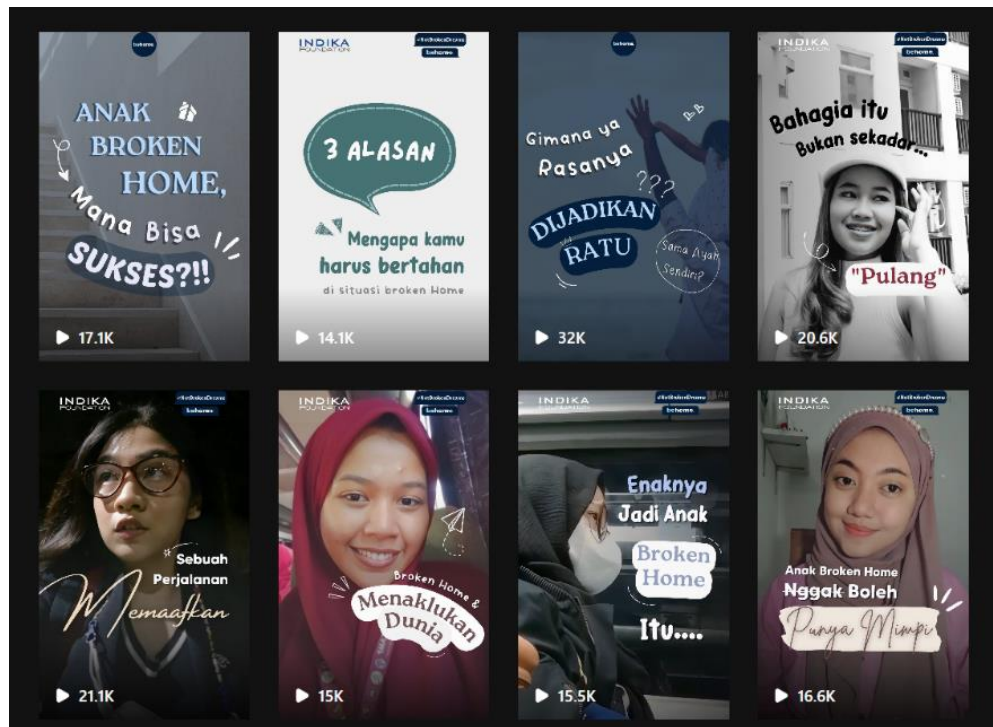
Visi dan misi BeHome yang telah berubah menjadikan *founder* untuk berinisiatif menghilangkan kata-kata kasar pada segala konten yang dibuatnya. Hal ini didasari dari alasan agar *founder* dapat menjadi teladan dan figur baik bagi anak-anak *broken home*. Bahkan, penelitian terkait Behome berjudul “Pengaruh Dukungan Sosial Komunitas Virtual @Behome.id terhadap Keluarga *Broken home* di DKI Jakarta” oleh (Veriana, 2022) memberikan hasil bahwa komunitas ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap aspek dukungan emosional (penghargaan diri/*self esteem*) dan dukungan informasi terhadap remaja *broken home* di DKI Jakarta.

Motif dalam mengikuti akun dan pengaruh dari dukungan sosial ini yang menjadi salah satu alasan dibentuknya ‘Be Home *Ambassador*’. Selain itu, terdapat postingan dalam akun Instagram @behome.id terkait ‘Be Home *Ambassador*’ yang menjelaskan bahwa tim ini memiliki peran sebagai contoh anak *broken home* yang



berani *speak up* dan memberikan motivasi kepada sesama survivor *broken home* melalui konten dan interaksi di sosial media.

Era digital memungkinkan khalayak menjadi pengguna aktif, yang mana dapat pengguna dapat mengelola akun media sosial yang mereka miliki sendiri dan mendukung *cyberactivism* (Sumardiono, 2022). Kegiatan *cyberactivism* dilakukan oleh para BeHome *Ambassador* melalui fitur *reels* pada media sosial Instagram @behome.id. Konten aktivisme digital yang disajikan sejalan dengan visi misi BeHome dan tugas ‘BeHome *Ambassador*’ untuk menyajikan konten-konten saling berbagi pengalaman, memotivasi, dan mematahkan stigma buruk pada para *broken home survivor*. Konten-konten reels yang dimaksud diantaranya berjudul “3 Alasan Mengapa Kamu Harus Bertahan di Situasi *Broken home*”, “*Broken home* dan Menaklukkan Dunia”, “Anak *Broken home* Nggak Boleh Punya Mimpi”, “Sebuah Perjalanan Memaafkan”, dan sebagainya.



Gambar 4 Konten @behome.id

Selain konten *reels* yang diunggah pada Instagram-nya, BeHome juga mengunggah konten gambar berformat *carousel* dan *single post* yang isinya kurang lebih sama dengan konteks pada konten *reels* namun dikemas dengan lebih singkat. Melalui beberapa postingannya, BeHome juga terlihat beberapa kali melaksanakan sesi webinar melalui zoom, *live* Instagram, serta membuka sesi konseling berbayar yang disebut dengan ‘ManCur BeHome’ atau ‘Teman Curhat BeHome’.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pada poin sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kegiatan *cyberactivism* yang dilakukan anak-anak *broken home* di komunitas Instagram @behome.id?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian kualitatif difokuskan untuk mengemukakan gambaran mengenai bagaimana dan mengapa suatu fenomena dan realitas komunikasi terjadi. Maka, tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan kegiatan *cyberactivism* yang dilakukan anak-anak *broken home* di komunitas Instagram @behome.id.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengetahuan dan kajian di bidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan peranan *new media*, utamanya Instagram dalam memfasilitasi *cyberactivism* dari suatu kelompok virtual. Penelitian ini juga diharapkan mampu melengkapi penelitian terdahulu dan memberi inspirasi terkait perilaku anak *broken home* di media sosial.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi bagi khalayak, utamanya kepada para masyarakat yang masih memandang rendah dan memiliki stigma negatif kepada para *survivor broken home*.