

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang saat ini tengah kita rasakan tentu tidak terlepas dari perkembangan internet yang cukup pesat. Memasuki abad ke-21 ini teknologi sudah mulai berkembang, yang mana terciptanya sebuah jaringan internet yang dapat menjangkau seluruh belahan dunia akan dirasa sangat membantu untuk keberlangsungan hidup manusia. Internet menjadi jaringan komputer paling luas dan paling besar di dunia ini. Masa informasi seperti sekarang ini telah memasuki babak baru seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Media massa menjadi sarana manusia dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Bermacam-macam media kini hadir dan diciptakan untuk membuat hidup manusia menjadi lebih mudah. Dengan adanya kemunculan media sosial sehingga dapat membuka ruang interaksi yang lebih luas bagi para pengguna internet. Sosial media menjadi salah satu fitur berbasis teknologi internet yang paling banyak dikunjungi di seluruh dunia. Media sosial adalah sebuah ruang pribadi bagi penggunanya yang mana hal ini menandakan bahwa setiap pengguna ia bebas melakukan hal apapun yang diinginkan. Kalle Lasn (dalam Kempson, 2015:131) juga menganalogikan media sosial seperti sebuah panggung yang berada di tengah keramaian pasar, sehingga aktivitas apapun yang kita lakukan akan menjadi pusat perhatian oleh banyak orang. Dari hal ini lantas menjadikan media sosial sebagai media yang sangat berpotensi untuk membentuk serta mengubah persepsi

masyarakat yang menjadi pengguna media sosial dari berbagai hal maupun aspek lainnya.

Berdasarkan laporan dari “*Digital Around The World 2021*” dari *We Are Social* bersama dengan Hootsuite melalui artikel Kompas.com tahun 2021 mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta atau 73,7% dari 274,9 juta jumlah penduduk di Indonesia. Dan jumlah penduduk Indonesia yang telah menggunakan media sosial mencapai 170 juta atau 61,8% dari jumlah penduduk Indonesia. Mengingat salah satu karakteristik media sosial yaitu *user friendly*, karakteristik inilah yang kemudian mendukung banyaknya penduduk Indonesia dalam menggunakan media sosial.

Media sosial memiliki kemampuan untuk menampilkan pesan berupa lambang verbal dan nonverbal serta interaktivitas yang tinggi sebagai media baru dengan kontrol aktif dari penggunanya itu sendiri. Besarnya pengguna media sosial mendorong semakin banyaknya akun-akun yang bermunculan. Dan dari sekian banyaknya media sosial, Instagram menjadi salah satu media sosial yang cukup digandrungi anak muda. Instagram menawarkan berbagai bentuk konten visual seperti foto dan video dalam postingannya. Instagram juga merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna dapat berbagi foto dan video dengan cepat. Para pengguna instagram juga dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui berbagai fitur seperti *post, like, comment, direct message*, dan *instastory*.

Instagram mengutamakan layanan posting foto dan video secara *online*, Yang mana Foto dan video adalah suatu tanda visual, seperti menurut Laurel (dalam Salamoan,2013:5) tanda visual merupakan kumpulan elemen yang memiliki makna

tertentu. Sehingga dari elemen-elemen tersebut akan terbentuk gambar sedemikian rupa yang dapat menimbulkan persepsi berbeda-beda pada setiap orang yang melihatnya. Instagram juga tidak hanya dijadikan sebagai media untuk sekedar bersenang-senang, tetapi juga dimanfaatkan sebagai media promosi dan mempengaruhi orang lain lewat konten-konten yang diunggah. Saat pengguna mengunggah foto dan video di akun instagram, pengguna dapat mengedit unggahan foto dan video tersebut dengan berbagai filter dan diatur dengan *tag*, *hashtag*, *caption*, serta informasi lokasi secara publik. Sehingga dapat mempermudah dalam proses penyebaran informasi.

Melalui jejaring media sosial Instagram, individu dapat membagikan momen berupa foto dan video kepada orang lain serta dapat memberikan *caption* untuk menambah nilai pesan yang ingin disampaikan oleh para pengguna instagram kepada masyarakat melalui foto dan video yang di unggah. Instagram juga memiliki fitur *like* dan *comment* pada postingan yang sudah diunggah. Karena hal ini instagram dianggap sebagai media sosial yang cukup efektif dan cepat dalam penyampain sebuah pesan maupun informasi kepada masyarakat. Untuk itu Instagram diumpakan layaknya sebuah *diary* yang mana kita bisa mencurahkan apapun yang kita alami, bedanya tulisan pada *diary* hanya kita yang dapat melihatnya sedangkan, pada media sosial instagram semua orang dapat melihatnya.

Media sosial tentu membawa sebuah pengaruh bagi khalayak atau masyarakat tentang bagaimana mereka melihat sebuah peristiwa maupun penyebaran informasi. Dampak atau efek samping yang akan timbul dan diterima sebagai hal yang wajar adalah sosialisasi sikap dan kebiasaan. Melalui

kemudahannya membuat siapa saja dapat dengan mudah membuat akun untuk keperluan pribadi ataupun bisnis, dari kemudahan yang ditawarkan inilah membuat media sosial instagram menjadi primadona di masyarakat. Hal tersebut pun kemudian mendorong lahirnya sebuah fenomena baru yaitu *influencer*. *Influencer* sendiri adalah orang yang memiliki jumlah *followers* atau pengikut yang cukup banyak di media sosial, sehingga mereka dianggap memiliki pengaruh yang kuat terhadap *followers* atau pengikut mereka. Kehadirannya tentu memberikan dampak kepada para *netizen* atau masyarakat dalam memperoleh informasi yang terbaru. Dan juga tidak menutup kemungkinan bahwa seorang *influencer* dapat menjadi *trendsetter*, *role model* dan acuan gaya hidup bagi *followers*-nya (Anjani, S & Irwansya : 2020).

Seorang *influencer* dapat menuangkan apa yang sedang ia rasakan, maupun tindakan yang ingin dilakukan melalui media sosial pribadinya. Hal ini dapat kita lihat secara jelas yaitu ketika *influencer* menyampaikannya dengan melalui menuliskan kata-kata bijak, menyampaikan kritik, mengkomunikasikan kondisi pribadi saat itu, lokasi saat itu, dan menyampaikan aktivitas melalui foto maupun video. Foto maupun video yang mereka bagikan dapat diberbagai fitur instagram seperti *feed*, *isntastory*, *live*, dan *igtv* di akun insragram pribadi mereka.

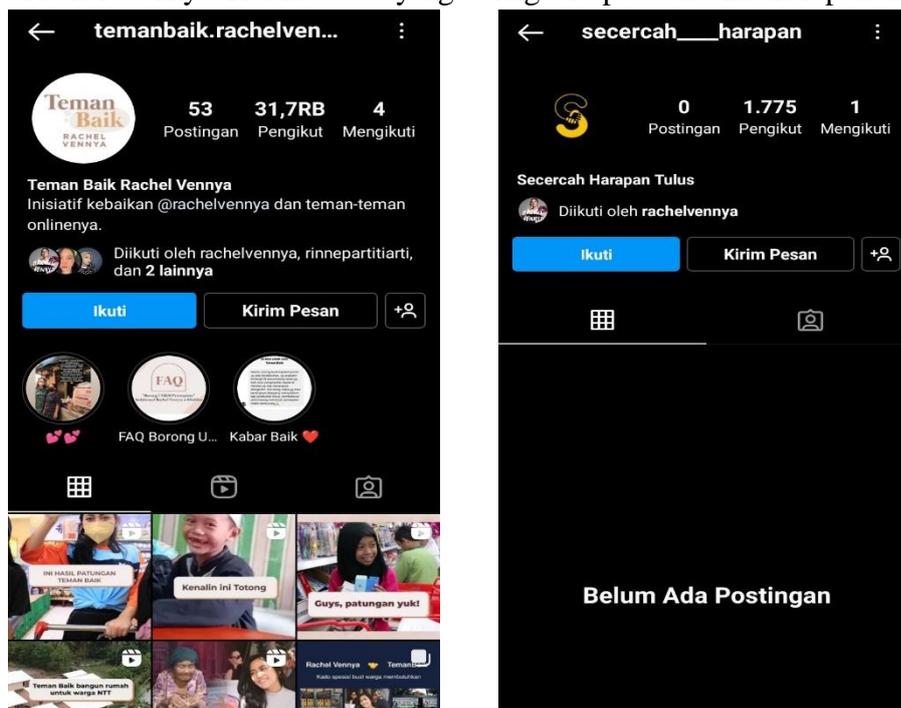
Dari sekian banyaknya *influencer* yang ada di Indonesia, Rachel Vennya menjadi salah satu *influencer* yang cukup diminati oleh masyarakat. Sosok Rachel Vennya dinilai sangat memberikan *impact* yang cukup besar bagi kepada masyarakat maupun *followers*-nya di akun instagramnya @rachelvennya. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya kegiatan sosial yang sering Rachel Vennya

lakukan, tidak hanya kegiatan sosial Rachel Vennya juga memiliki organisasi sosial berupa temanbaikrachelvennya dan juga yayasan secercah harapan yang dibentuk untuk membantu UMKM, pedangan kecil, masyarakat yang membutuhkan, janda, hingga seorang anak dan istri yang mengalami kekerasan dalam rumah tangga. Untuk. Dari beberapa hal inilah yang kemudian membuat Rachel Vennya menjadi sosok *influencer* yang cukup diminati oleh masyarakat.

Gambar I-1 Akun organisasi sosial Rachel Vennya

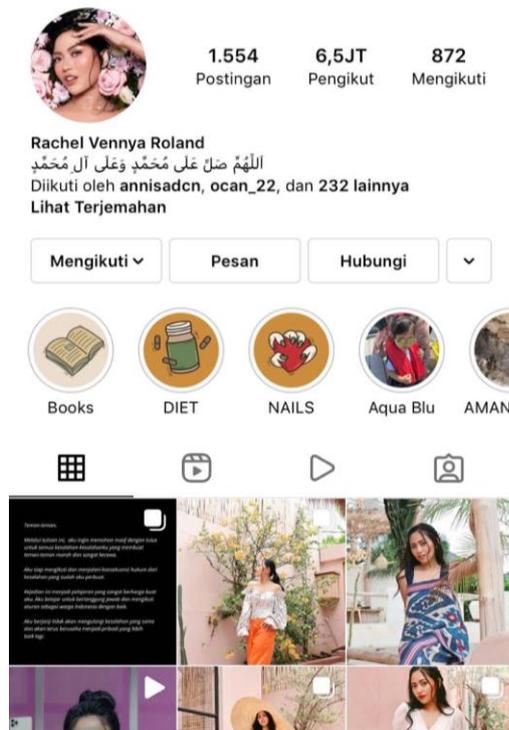
(Sumber : instagram)

Rachel Vennya Roland atau yang sering disapa buna ini merupakan sosok



influencer yang cukup aktif membagikan berbagai hal dalam media sosial instagram pribadinya @rachelvenya. Sebagai seorang influencer yang cukup diminati hal tersebut terlihat dari banyaknya jumlah followers instagram yaitu sebanyak 6,5 juta followers. Rachel Vennya dikenal pertama kali karena lika liku kisah cinta dan background perjalanan hidupnya yang sangat menginspirasi banyak

orang, yang mana ia merupakan seorang anak dari keluarga *broken home* yang tidak membuatnya patah semangat.



Gambar I-2 Profil akun instagram @rachelvennya

(sumber : instagram @rachelvennya)

Rachel Venya selalu memanfaatkan media sosial instagram pribadinya untuk berkomunikasi dengan para *followers*-nya. Tidak heran jika Rachel Venya kerap membagikan segala aktivitasnya melalui akun istagram pribadinya, kegiatan-kegiatan yang ia bagikan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang dimiliki oleh instagram yakni seperti Rachel Venya mengunggah foto maupun video pada laman *feed*, *instastory*, *igtv*, hingga melakukan *live* atau siaran langsung yang mana para *followers*-nya dapat ikut bergabung untuk menonton dan memberikan komentar. Kegiatan-kegiatan yang dibagikan oleh Rachel Venya di akun instagram pribadinya

salah satunya untuk menularkan sikap jiwa sosial dan peduli terhadap sesama, seperti pada saat terjadi wabah Covid-19 di Indonesia dan bencana di NTT serta NTB yang mana Rachel berhasil mengumpulkan hingga 4 milyar rupiah dalam kurun waktu 2 hari untuk di donasikan. Tidak hanya hal itu Rachel V “Ini baru influencer, bisa nge influence followersnya, bukan kayak orang2 yang ngaku influencer tapi kehidupannya malah tergantung pada followersnya” tulis @si_cupliss (grid.id).

Gambar I-3 Postingan akun instagram @rachelvennya dan respons followers pada kolom komentar

(sumber : akun instagram @rachelvennya)



Gambar I-4 Postingan akun instagram @rachelvennya dan respons followers pada kolom komentar

(sumber : akun instagram @rachelvennya)

Rachel Venny juga dikenal sebagai seorang *influencer* yang inspiratif, karena di sela-sela kesibukannya menjadi seorang istri dan seorang ibu untuk kedua anaknya Rachel Venny masih bisa melakukan kegiatan lain dan terlebih lagi Rachel mampu mengembangkan bisnis dan produktif di usianya yang terbilang muda, ia juga berani mengambil resiko dan keluar dari zona nyaman (idntimes.com). Sebagai seorang *influencer* Rachel Venny aktif membagikan konten-konten tentang kehidupannya mulai dari kegiatan sehari-hari, bisnis, percintaan, keluarga, *parenting*, *beauty*, liburan, hingga kegiatan sosial yang ia lakukan. Konten-konten tersebut ia bagikan melalui media sosial instagram pribadinya dengan memanfaatkan fitur yang tersedia yaitu *live* (siaran secara langsung), *instastory* (instagram story), membuat *question and answer* yang kemudian akan dijawab oleh Rachel melalui instagram *story*-nya, *IGTV* (instagram TV), hingga memposting konten baik berupa foto maupun video dilaman instagram pribadinya yang mana

followers-nya dapat memberikan tanggapan atau *respons* melalui fitur *like* dan kolom *comment* yang tersedia.



Sebagai seorang *influencer* dengan jutaan *followers* tentu saja apapun yang Rachel Venya unggah atau posting dalam media sosial instagram pribadinya akan menarik perhatian bagi para *followers*-nya, terlebih lagi jika konten yang di unggah

menyangkut sebuah hal-hal besar dalam hidupnya. Hal ini dibuktikan ketika pada saat Rachel Venya memposting untuk merubah penampilannya pada 2018 lalu yang mana ia memutuskan untuk memakai hijab. Keputusannya tentu disambut dan mendapatkan respon yang sangat baik oleh para *followers*-nya di instagram, hal tersebut dapat kita lihat dari *like* dan kolom komentar pada postingan berupa foto Rachel yang mengenakan hijab untuk pertama kalinya.



Gambar I-6 Postingan instagram @rachelvenya pada saat mengenakan hijab pertama kali dan respon followers di kolom komentar

(Sumber : Instagram @rachelvenya)

Sudah 2 tahun berjalan dengan mengenakan hijab, akan tetapi pada akhir tahun 2020 Rachel kembali dengan memposting dirinya tanpa mengenakan hijab lagi. Tidak ada yang tau pasti apa penyebab yang membuat Rachel untuk akhirnya kembali merubah penampilannya tanpa mengenakan hijab. Melalui unggahan foto pada laman *feeds* instagram pribadinya disertai *caption* yang seolah-olah tengah menggambarkan keadaan dan kondisinya saat itu. Sontak saja hal ini menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari para *followers*-nya, dan dari adanya postingan tersebut juga menimbulkan respon yang beragam pada kolom komentar mulai dari komentar yang menerima, mendukung, netral, hingga menghujat.

Gambar I-7 Postingan instagram @rachelvennya yang kembali lepas hijab dan respon



followers di kolom komentar

(sumber : akun instagram @rachelvenya)

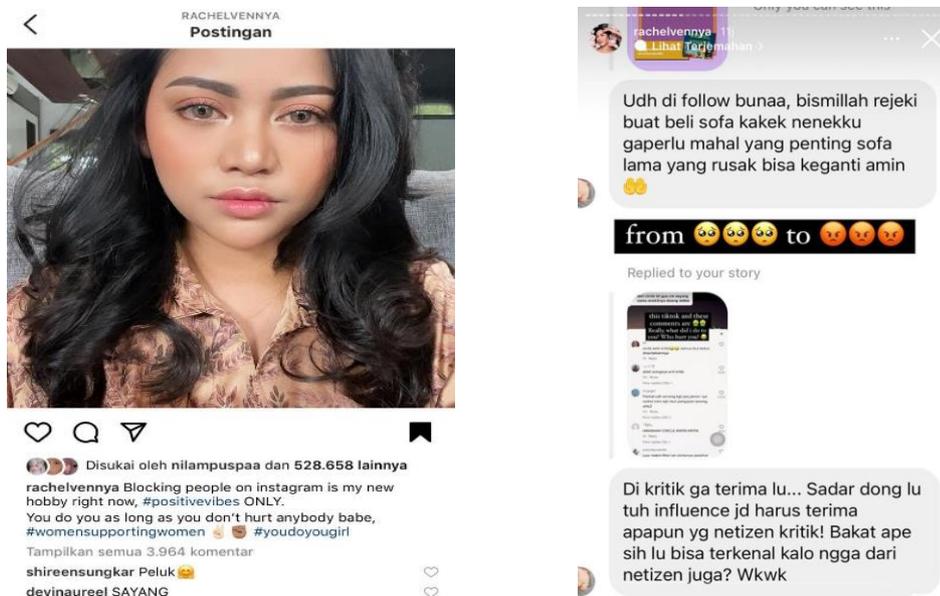


Gambar I-8 Postingan instagram @rachelvennya yang kembali lepas hijab dan respon followers di kolom komentar

(sumber : akun instagram @rachelvennya)

Namun dari keputusannya untuk kembali melepas hijab tersebut berdampak kepada Rachel Venya yang harus kehilangan banyak *followers* yang dimilikinya, hal ini terjadi lantaran banyak *followers* atau pengikutnya yang akhirnya merasa kecewa atas adanya postingan tersebut. hal ini terjadi karena Rachel Venya merupakan sosok yang dijadikan panutan dan di idolakan para *followers*-nya, sehingga banyak dari *followers*-nya yang kemudian menganggap apa yang dilakukan oleh Rachel Venya dengan memposting foto maupun video tanpa mengenakan hijab itu salah terlebih lagi Rachel Venya merupakan sosok *influencer* yang cukup berpengaruh dan banyak dari *followers*-nya yang kemudian juga ikut terinspirasi setelah Rachel Venya memakai hijab. Akan tetapi meskipun harus kehilangan banyak *followers*, hal tersebut tidak lantas membuat Rachel Venya takut karena ujarnya “aku Cuma pengen orang-orang yang follow aku ya

yang royal aja sama aku, aku blok lebih dari 100 ribu orang kayaknya dan aku nggak masalah followers aku turun, bahkan aku juga banyak terima DM kayak gini, walaupun aku masih gatau aku nyakitin hati siapa? Ya pasti aku blok aja daripada aku ladinin dan marah-marah, aku lebih baik di follow orang-prang yang emang sayang aku apa adanya atau mau berteman sama aku apa adanya daripada nuntut aku terlalu banyak” ia juga menambahkan “jangan mengatur manusia sesuai ekspektasi kamu atau kamu akan kecewa nantinya” (merdeka.com).

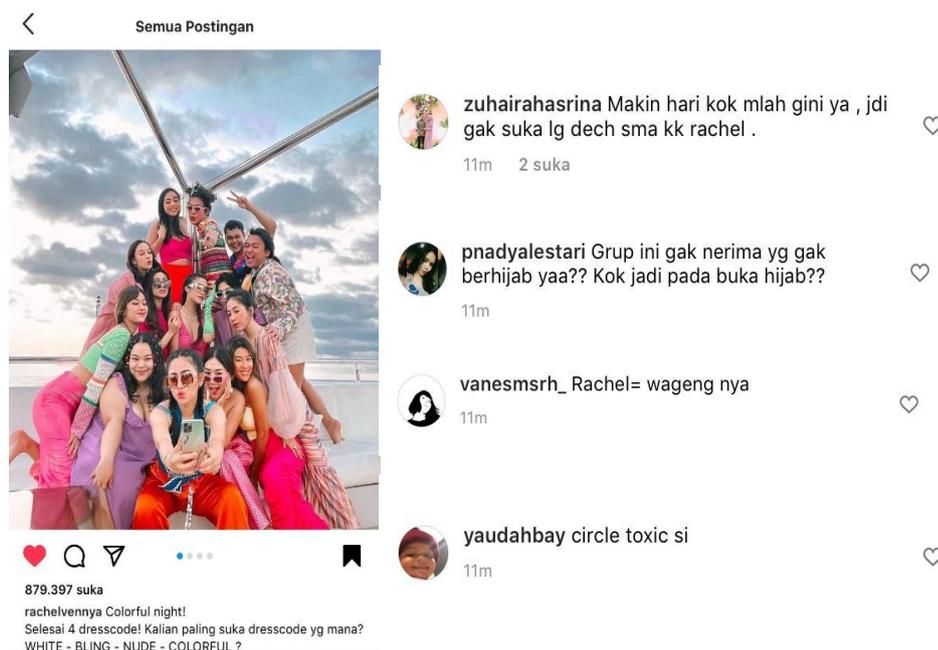


Gambar I-9 Postingan akun instagram @rachelvennya terkait blocking serta respon dari followers

(sumber : akun instagram @rachelvennya)

Para pengguna media sosial tentu mengidolakan sosok yang memiliki kredibilitas dan tentunya dapat memberikan pengaruh positif bagi para pengikutnya. Akan tetapi setelah adanya postingan lepas hijab yang diambil oleh Rachel Venny, membuat dirinya juga dipandang sebagai pembawa pengaruh buruk atau *negatif vibes* untuk teman satu *circle*-nya, karena baru-baru ini terdapat satu orang dalam

circle pertemanan Rachel Venny yang akhirnya juga mengikuti jejaknya untuk kembali melepas hijab. Sehingga dari situ makin membuat Rachel di anggap sebagai ketua *circle* pertemanan yang negatif dan juga semakin membuat hilangnya *respect* dari para *followers*-nya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa postingan foto maupun video di laman *feeds* pada media sosial instagram berperan penting dalam kehidupan seorang, terlebih lagi bagi seorang *influencer* yang dikatakan cukup berpengaruh, di idolakan, dan dijadikan panutan oleh masyarakat maupun *followers* yang dimilikinya. Serta juga dalam proses pembentukan suatu persepsi oleh *followers*.



Gambar I-10 Postingan dengan teman yang ikut lepas hijab di akun instagram @rachelvennya serta komentar followers

(sumber : akun instagram @rachelvennya)

Proses terjadinya suatu persepsi tidak hanya melalui komunikasi secara langsung, namun juga dapat dilakukan melalui media sosial. Begitu pula dengan

adanya postingan atau unggahan berupa foto maupun video yang di sertai *caption* untuk menambah nilai sebuah postingan seperti yang dilakukan Rachel Vennya di instagram pribadinya @rachelvennya, membuat masyarakat serta *followers* dapat memunculkan suatu persepsi atau pandangan terhadap postingan tersebut. oleh sebab itu postingan yang dibagikan oleh Rachel Vennya pada akun instagramnya @rachelvennya sesuai dengan penelitian ini yaitu terkait dengan persepsi yang terjadi pada *followers* setelah adanya postingan keputusan lepas hijab *influencer* di akun instagram @rachelvennya.

Sehingga berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik dan ingin mengetahui bagaimana persepsi *followers* terhadap postingan *influencer* @rachelvennya di instagram pasca melepas hijab yang menimbulkan berbagai pro kontra oleh para pengikutnya. Jalaludin Rakhmat (2018) mendefinisikan persepsi sebagai pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Informan pada penelitian ini sendiri adalah *followers* Rachel Venya yang aktif mengikuti perkembangan kehidupan Rachel Venya seperti melalui unggahan, *instagram story*, mengikuti *live* instagram, hingga memberikan *feedback* melalui kolom komentar pada postingan akun instagram @rachelvenya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana persepsi followers terhadap adanya postingan *influencer* pada akun instagram @Rachelvenya pasca lepas hijab?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi followers terhadap adanya postingan *influencer* dalam akun instagram @rachelvennya pasca melepas hijab

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi yang menjelaskan keberlakuan teori-teori komunikasi terkait dengan persepsi masyarakat atau *followers* melalui media sosial instagram. Penelitian ini juga diharapkan mampu berkontribusi untuk mengembangkan pemahaman akan proses terjadinya persepsi yang mana persepsi terjadi tidak hanya melalui tatap muka akan tetapi juga bisa melalui media sosial seperti instagram. Selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan bahan dan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur penelitian kualitatif khususnya dalam studi ilmu komunikasi terkait dengan persepsi individu terhadap suatu fenomena yang ada pada media sosial yang dikaji dengan menggunakan sudut pandang ilmu komunikasi.