

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Tujuan utama penelitian ini secara umum adalah untuk mendeskripsikan penggunaan Instagram @singlemomsindonesia periode November 2019 – Juni 2020 sebagai medium pesan komunitas ibu tunggal. Secara umum hasil penelitian ini menghasikan temuan bahwa penggunaan Instagram sebagai medium pesan oleh komunitas virtual ibu tunggal yakni *Single Moms Indonesia* menunjukkan hasil bahwa pada periode sebelum dan sesudah pandemi masing-masing konteks yang diteliti dalam penelitian ini mempunyai perbedaan temuan satu dan yang lainnya. Hal tersebut disebabkan karena fokus komunitas pada saat sebelum dan sesudah pandemi yang berbeda sehingga konteks pesan yang disampaikan juga berbeda dengan menyesuaikan situasi dan keadaan.

Selain itu, minat audiens khususnya untuk ibu tunggal terhadap konten yang berhubungan dengan ibu tunggal dan isu sensitif terkait ibu tunggal sangatlah tinggi. Karena pada dasarnya, ibu tunggal membutuhkan media yang dapat berpihak kepada mereka. Kehadiran Instagram @singlemomsindonesia yang fokus terhadap isu-isu, kesejahteraan, dan pemberdayaan ibu tunggal membuat banyak ibu tunggal yang merasa ada suatu komunitas virtual yang berpihak dan memahami keadaan mereka. Hal tersebut ditemukan dari komentar yang kerap kali dituliskan di postingan yang diunggah yang pada akhirnya mereka saling menguatkan satu sama lain.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya dalam bab satu, telah dirumuskan bahwa penelitian ini akan mengkaji tiga konteks pesan sebelum dan sesudah pandemi yang ditinjau dari konteks tema, fungsi, dan bentuk pesan. Temuan dan interpretasi data penelitian diambil dari postingan periode 1 November 2019 – 31 Juni 2020 (sebelum dan sesudah pandemi COVID-19) yang berjumlah 139 postingan dengan perincian jumlah postingan sebelum COVID-19 berjumlah 62 postingan sementara sesudah COVID-19 berjumlah 72 postingan sebagai unit analisis dalam penelitian ini, menggambarkan Instagram sebagai

medium pesan dari tiga konteks yang mana dari setiap konteks tersebut mempunyai dimensinya tersendiri.

**Pertama**, melalui konteks tema pesan terdapat lima dimensi yakni promosi, cerita dan pesan kepada ibu tunggal, program atau acara komunitas, *update* informasi terkait komunitas, dan upaya preventif melindungi diri dari dampak COVID-19. Dari kelima dimensi yang termasuk ke dalam konteks tema pesan terdapat satu dimensi yang paling banyak digunakan dalam komunitas SMI dalam membagikan pesan yakni Cerita dan Pesan kepada ibu tunggal. Hal ini tampak dari jumlah keseluruhan postingan yang termasuk ke dalam unit analisis penelitian terdapat 66 postingan atau sekitar 47% dari total keseluruhan jumlah postingan yang dianalisis. Hal ini demikian karena seorang ibu tunggal lebih banyak membutuhkan dukungan dari komunitas terdekat maupun kerabat terdekat mereka. Dalam hal ini, komunitas SMI menunjukkan bentuk dukungan kepada ibu tunggal melalui setiap cerita dan pesan yang dikemas sedemikian rupa untuk disampaikan kepada ibu tunggal. Melalui Instagram SMI, komunitas secara terus-menerus menyampaikan pesan-pesan positif yang ditujukan untuk ibu tunggal di Indonesia agar tidak merasa terpinggirkan oleh lingkungan. Tidak hanya itu, komunitas SMI juga terus melakukan perlindungan dan dukungan kepada seluruh ibu tunggal di Indonesia. Salah satu buktinya adalah komunitas SMI peduli terhadap isu-isu yang ditujukan kepada ibu tunggal yang disuarakan melalui tulisan dan kemudian dibagikan melalui Instagram SMI.

**Kedua**, terkait dengan konteks fungsi pesan yang di dalamnya terdapat empat dimensi yakni fungsi informatif, sosial, kontrol, dan penanggulangan resiko. Setiap pesan yang disampaikan komunitas SMI melalui Instagram terdapat fungsinya tersendiri, dari temuan peneliti terdapat satu fungsi yang paling banyak ditemukan diantara fungsi lainnya yakni fungsi sosial. Hal ini dikarenakan dalam fungsi sosial diharapkan komunikasi atau audiens yang menerima pesan khususnya pengikut akun Instagram komunitas SMI diharapkan dapat menghasilkan suatu perasaan yang sama melalui setiap pesan yang disampaikan oleh komunitas SMI. Sesuai dengan karakteristik komunitas virtual yang dibentuk berdasarkan kesamaan hobi atau minat serta fokus terhadap suatu hal yang mana hal tersebut dapat

diketahui dari tanggapan yang dituliskan oleh audiens melalui fitur komentar yang terdapat di Instagram.

**Ketiga**, pada konteks bentuk pesan terbagi ke dalam lima dimensi diantaranya yaitu infografis, foto kutipan, foto dokumentasi, video, dan poster. Dari kelima dimensi yang digunakan komunitas SMI dalam menyampaikan pesan terdapat satu bentuk dimensi yang paling banyak digunakan oleh komunitas dalam menyampaikan pesan yakni bentuk pesan poster. Dari 139 unit analisis yang menjadi bahan data kajian dalam penelitian, terdapat 63 postingan yang menggunakan bentuk poster. Biasanya informasi yang dibagikan komunitas melalui bentuk poster didukung dengan tulisan atau gambar dan kombinasi keduanya. Bentuk pesan poster yang terdapat di akun Instagram @singlemomsindonesia sebelum dan sesudah pandemi COVID-19 tidak terdapat perbedaan yang signifikan terkait dengan karakteristik komunitas dalam menyajikan informasi dalam bentuk poster. Pada periode sebelum dan sesudah pandemi, poster lebih banyak disajikan dengan perpaduan antara tulisan dan gambar yang dijadikan ke dalam satu frame. Biasanya poster digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens terkait dengan kegiatan komunitas, program komunitas, dan penjelasan dari komunitas SMI itu sendiri. Biasanya poster yang dibagikan apabila mencakup informasi yang cukup banyak, komunitas SMI membagi informasi tersebut ke dalam dua bagian atau lebih dengan memanfaatkan fitur carousel yang terdapat di Instagram.

Postingan terkait bentuk pesan poster sesudah pandemi cenderung lebih banyak apabila dibandingkan dengan sebelum pandemi. Hal ini dikarenakan penggunaan poster oleh komunitas biasanya digunakan untuk menginformasikan acara maupun program komunitas kepada pengikutnya. Setelah pandemi dilakukan, program atau acara komunitas dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun sehingga frekuensi komunitas dalam melaksanakan suatu acara atau program dapat dikatakan sering. Hal tersebut juga dilakukan untuk membantu dan memberdayakan ibu tunggal yang terdampak COVID-19 agar bisa melewati masa sulit bersama komunitas SMI.

Selain menganalisis postingan yang ada di Instagram @singlemomsindonesia, peneliti juga melakukan wawancara kepada dua informan

yang merupakan pengikut akun Instagram @singlemomsindonesia. Kedua informan sangat terbantu dengan keberadaan akun Instagram @singlemomsindonesia dikarenakan dapat membuat mereka merasa mempunyai dukungan secara tidak langsung dari pihak lain dan tidak merasa sendiri menjalani berbagai permasalahan hidup sebagai ibu tunggal.

Tema pesan yang disampaikan paling banyak oleh komunitas SMI adalah Cerita dan Pesan Ibu Tunggal yang mana dalam hal ini dapat membuat informan pertama merasa lebih yakin untuk menjadi ibu tunggal dan informan kedua menyadari bahwa beliau tidak sendiri. Secara keseluruhan, kedua informan mengakui bahwa postingan akun Instagram @singlemomsindonesia dapat mengubah pikiran atau perilaku mereka. Hal ini sesuai dengan analisis dan temuan peneliti yang mana fungsi sosial termasuk ke dalam salah satu fungsi yang paling banyak ditemukan dalam postingan. Namun, hal berbeda ditemukan oleh peneliti dalam konteks bentuk pesan yang mana hasil dari temuan peneliti, komunitas lebih sering membagikan postingan dalam bentuk Poster padahal berdasarkan wawancara peneliti kepada kedua informan menunjukkan poster bukan merupakan bentuk yang mereka sukai.

Informan satu menyampaikan bahwa beliau lebih suka melihat postingan di akun Instagram @singlemomsindonesia dalam bentuk video karena dapat merasakan dan melihat visual secara langsung. Sedangkan informan dua menyampaikan bahwa beliau lebih menyukai melihat postingan di akun Instagram @singlemomsindonesia dalam bentuk foto kutipan yang disertai dengan pesan yang disampaikan melalui narasi foto karena sering kali apa yang disampaikan melalui foto kutipan sesuai dengan apa yang dirasakan oleh beliau. Perbedaan tersebut disebabkan kebutuhan dan karakteristik individu masing-masing yang berbeda sehingga ketertarikan kedua informan terhadap bentuk penyampaian pesan juga berbeda.

Keberadaan komunitas virtual ibu tunggal khususnya akun Instagram @singlemomsindonesia dapat dijadikan sebagai media dukungan di kalangan ibu tunggal yang merupakan salah satu bagian dari kelompok marginal di Indonesia. Setelah peneliti melakukan pengamatan kepada komunitas virtual ibu tunggal di akun Instagram @singlemomsindonesia terdapat temuan baru terkait aspek budaya

yang ada. Aspek budaya yang terlihat oleh peneliti dalam komunitas SMI adalah komunitas virtual menggunakan media sosial sebagai perantara yang ditujukan untuk menciptakan ruang terbuka kepada ibu tunggal agar bisa saling menguatkan satu sama lain. Mereka selalu berkomitmen untuk menciptakan budaya atau kebiasaan tidak menghakimi ibu tunggal yang lain ketika sedang menceritakan situasi dan kondisi yang dialami oleh orang lain. Kebiasaan atau budaya saling berbagi, menguatkan, dan memotivasi satu sama lain terus menjadi suatu hal yang dipegang teguh oleh komunitas *Single Moms Indonesia* (SMI).

Penelitian terkait dengan Instagram sebagai medium pesan komunitas virtual khususnya komunitas ibu tunggal belum banyak dilakukan. Terlebih penelitian yang menggunakan pendekatan netnografi. Padahal penelitian tersebut merupakan suatu hal yang menarik karena komunitas yang berpihak dan mendukung kaum marginal masih sulit untuk ditemukan di Indonesia. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi sesuatu yang baru, terutama dikaitkan dengan identitas ibu tunggal dan budaya patriarki yang lebih kompleks. Sekaligus dapat diikuti dengan pengembangan penelitian lainnya dari hasil temuan yang telah diperoleh dalam penelitian ini.

## **5.2. Saran**

### **5.1.1. Saran Akademis**

Penelitian ini bukanlah penelitian sempurna, melainkan masih banyak yang bisa diperbaiki dari penelitian ini untuk penelitian selanjutnya. Berdasarkan temuan dan interpretasi data dalam penelitian ini, peneliti memberikan saran akademis untuk penelitian yang akan datang. Pertama, peneliti lain dapat melakukan replikasi penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara terhadap pengurus resmi komunitas *Single Moms Indonesia* (SMI) dan anggota resmi komunitas SMI sebagai informannya. Kedua, penelitian lain juga dapat melakukan pengembangan penelitian dengan metode penelitian resepsi di kalangan laki-laki dewasa terhadap isu pesan komunitas ibu tunggal di media Instagram. Ketiga, penelitian selanjutnya dapat melakukan komparasi penggunaan Instagram dari

komunitas ibu tunggal di Indonesia dengan Instagram komunitas ibu tunggal non Indonesia. Terakhir, penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji berbagai media sosial yang dimiliki oleh SMI seperti mengkaji media sosial Facebook yang digunakan oleh komunitas SMI yang bersifat tertutup.

### **5.1.2. Saran Praktis**

Komunitas virtual yang fokus terhadap kelompok marginal sangat jarang ditemukan di Indonesia. Oleh karena itu saran praktis yang disarankan oleh peneliti adalah komunitas virtual Instagram yang mempunyai fokus terhadap kelompok marginal diharapkan untuk terus aktif memproduksi konten yang bervariasi guna mendukung dan memberdayakan kelompok marginal. Karena sejatinya, kelompok marginal merupakan salah satu kelompok yang sangat membutuhkan dukungan dari komunitas terdekat mereka. Bagi komunitas virtual Instagram yang baru fokus terhadap kelompok marginal dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan acuan untuk memproduksi konten yang kreatif, bervariasi, dan berdampak kepada audiensnya.