

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Belakangan ini, ruang privasi semakin marak dijadikan sebagai suatu komoditas dagang dalam tayangan vlog media sosial YouTube maupun televisi. Ruang privasi biasanya ditentukan oleh jarak antara seseorang dengan pihak lain. Jarak ini sangat ditentukan oleh kualitas hubungan antara orang-orang untuk informasi pribadi yang dimiliki. Maka dari itu, dengan adanya tayangan vlog media sosial yang mempertontonkan kehidupan selebriti maka nantinya akan banyak pihak yang mengetahui bagaimana keseharian selebriti tersebut sehingga muncul pemaknaan dari masyarakat yang beragam (Karlisna, 2014).



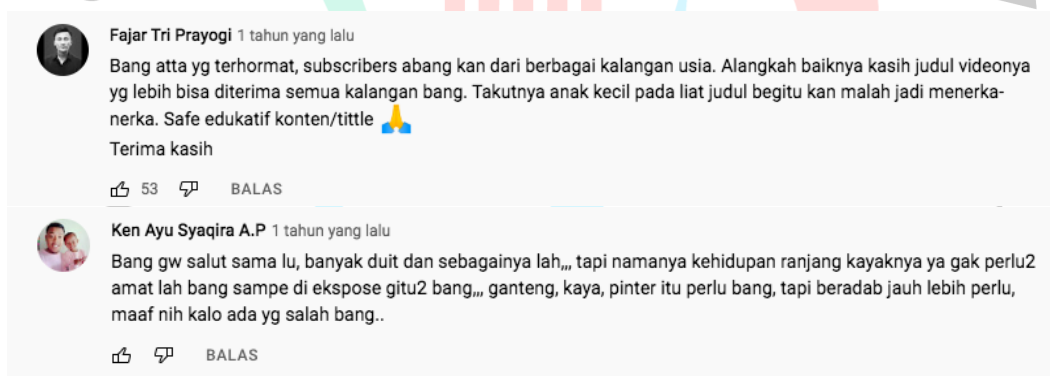
Gambar 1.1. Konten YouTube Malam Pertama

Sumber : (YouTube Atta Halilintar)

Seperti salah satu tayangan vlog media sosial YouTube Atta Halilintar dengan *caption* “Malam Pertama ATTA AUREL” yang menjadi sorotan masyarakat dimana vlog tersebut mendapatkan 8,1 juta penonton serta 34.224 Komentar. Atta Halilintar merupakan seorang selebriti dan juga salah satu YouTuber yang mulai membangun YouTubanya pada tanggal 26 Januari 2014

dengan *subscribers* sebanyak 28,9 juta ini sering membagikan konten mengenai kehidupan sehari-harinya seperti vlog malam pertama pasangan tersebut.

Pernikahan Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah tidak terlepas dari kontroversi masyarakat, dimana dalam tayangan YouTube “Malam Pertama ATTA AUREL” publik juga dihebohkan dengan komentar penonton tayangan tersebut serta kritikan dari guru NU yang memberikan pendapatnya bahwa tayangan malam pertama Atta dan Aurel merupakan suatu pembodohan publik meski tidak ada konten pornografi di dalamnya. Tayangan vlog YouTube “Malam Pertama ATTA AUREL” dipermasalahkan karena mempertontonkan kehidupan pribadi bahkan yang paling pribadi seseorang yang seharusnya menjadi suatu hal yang tidak perlu disentuh pihak lain atau publik (Tria, 2021). Selebriti atau *public figure* mewakili suatu gaya hidup ideal dimana sebagian orang atau bisa dibilang penggemar dan pengikutnya dapat meniru gaya atau kehidupan yang dijalani oleh selebriti tersebut melalui konten media sosial yang dibuat oleh selebriti yang digemarinya (Permatasari, 2019).



Gambar 1.2. Komentar Kontra Tayangan YouTube Atta Halilintar

Sumber : (YouTube Atta Halilintar)

Tayangan YouTube Atta Halilintar dengan judul “Malam Pertama ATTA AUREL” menjadi kontroversi masyarakat karena terdapat beberapa komentar kontra pada tayangan tersebut seperti salah satu komentar yang tertera pada gambar di atas. Fajar Tri Prayogi, berpendapat bahwa alangkah baiknya jika dalam membuat suatu konten YouTube, Atta Halilintar dapat memberikan judul yang lebih bisa diterima oleh semua kalangan karena *subscribers* Atta Halilintar

merupakan dari berbagai kalangan sehingga yang ditakutkan yaitu ketika ada anak kecil yang menjadi menerka-nerka tayangan tersebut ke arah hal negatif. Kemudian, Ken Ayu Syaqira A.P juga memberikan pendapatnya mengenai tayangan YouTube Atta Halilintar dengan judul “Malam Pertama ATTA AUREL” di mana menurutnya Atta Halilintar harus bisa lebih beradab lagi dalam membuat dan mempublikasikan suatu konten yang disebarluaskan kepada khalayak khususnya mengenai kehidupan di ranjang atau aktivitas pribadi yang seharusnya tidak perlu diekspos kepada khalayak luas.

Preferred Reading dari tayangan YouTube Atta Halilintar dengan judul “Malam Pertama ATTA AUREL” adalah “hanya sebatas bikin judul YouTube saja, tidak lebih dari itu serta tidak ada adegan aneh-aneh yang ada dalam tayangan tersebut” (Tria, 2021). Kutipan klarifikasi ini diberikan langsung oleh Atta Halilintar dan Aurel Hermansyah pada saat melakukan ngobrol bareng dengan Maia Estianty dalam vlog Maia AIEIDul TV. Dalam vlog Maia Estianty, Atta Halilintar juga menjelaskan bahwa video malam pertama tersebut tidak ada hal yang berbau porno atau semacamnya. Atta Halilintar juga menegaskan bahwa tayangan video tersebut hanya sekedar aktivitas setelah acara resepsi pernikahan saja (Tria, 2021).

Pada dasarnya, secara konstruksi sosial ruang privasi atau privat merupakan salah satu hak yang dimiliki oleh setiap individu untuk dapat memilih serta memiliki kebebasan atas kehidupan pribadinya yang berkaitan dengan dirinya sendiri maupun terhadap keluarga yang artinya individu tersebut harus melakukan kontrol terhadap segala informasi pribadi yang akan diberikan kepada pihak lain. Hannah Arendt membedakan ruang privasi sebagai ruang yang berkaitan dengan keluarga atau household sedangkan ruang publik berkaitan dengan kehidupan politik. Ruang privasi dipisahkan dari ruang publik yang merupakan wilayah dimana setiap individu bebas untuk mengekspresikan pendapat serta memberikan pandangan politik hingga ilmu pengetahuan dengan orang lain (Mandagi, 2016).

Privasi merupakan konsep abstrak yang memiliki banyak arti. Gambarannya umum tentang privasi adalah hak individu untuk memutuskan sendiri apakah seseorang bersedia mengungkapkan dirinya kepada orang lain atau privasi dapat digambarkan sebagai hak untuk tidak diganggu oleh orang lain. Privasi itu sendiri

berarti kemampuan individu atau sekelompok orang untuk melindungi kehidupan dan barang-barang mereka dari publik dan untuk mengontrol arus informasi tentang diri mereka sendiri melalui komunikasi antara individu dan media yang menggunakannya (Krisnawati, 2016).

Pada dasarnya, media membatasi pengungkapan privasi seseorang berdasarkan tiga hal, pertama yaitu adanya pengungkapan privasi yang melibatkan orang – orang yang secara otomatis akan kehilangan privasinya seperti artis, selebriti maupun politisi. Kedua, pengungkapan privasi yang melibatkan orang – orang yang secara tidak sengaja menjadi *public person* seperti korban kecelakaan atau pelaku kriminal. Ketiga, pengungkapan privasi dimana media tetap berusaha untuk mencari tahu urusan pribadi orang – orang yang seharusnya tetap berada di dalam ruang privasi atau dengan kata lain, tidak dibenarkan untuk menyebarkan privasi orang awam karena hal tersebut juga termasuk ke dalam penilaian etika yang dimiliki oleh seluruh masyarakat (Mandagi, 2016).

Namun saat ini, standar nilai-nilai moral dan etika masyarakat mulai melonggar dimana masalah pribadi menjadi salah satu jenis tontonan yang menarik dalam layar kaca masyarakat dimana tayangan vlog tersebut bahkan menjadi salah satu alternatif hiburan baru bagi sebagian masyarakat yang ditayangkan melalui media baru yang mereka gunakan. Ragam deskripsi ruang privasi yang terjadi di media oleh khalayak pun muncul melalui serangkaian proses pemaknaan, dimulai dari ketika menonton, berdiskusi, bertukar pendapat hingga memunculkan pemaknaan yang dideskripsikan sebagai ruang privasi di media oleh khalayak. Melalui proses pemaknaan ini pula, khalayak biasanya memperoleh pemahaman mengenai hal-hal yang turut mempengaruhi hilangnya ruang privasi dan ruang publik seseorang sehingga terdapat keberagaman makna dan deskripsi mengenai ruang privasi terlebih dalam kasus beberapa tayangan vlog yang ada dalam jejaring media sosial (Mandagi, 2016).

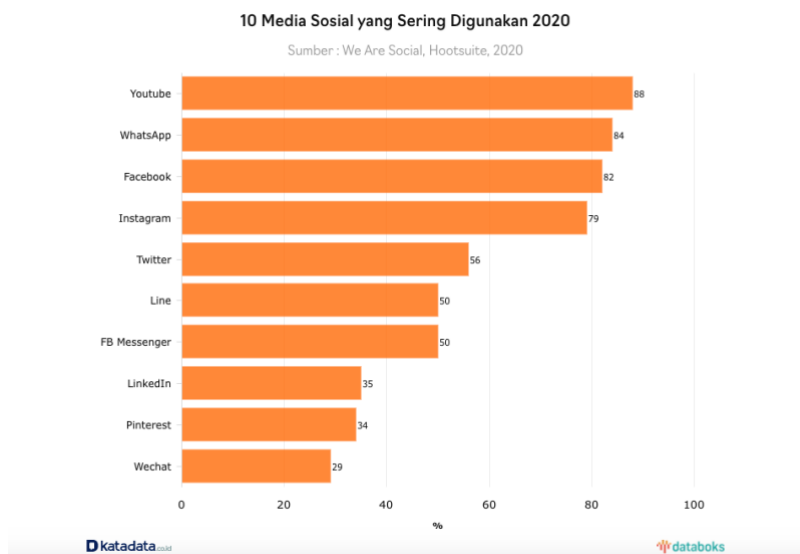
Fenomena mengenai beberapa kasus tayangan vlog dalam media sosial menjadi salah satu catatan yang menarik dalam kurun waktu terakhir ini dimana kasus-kasus tersebut meninggalkan pelajaran berharga bahwa privasi itu penting, mahal dan bahkan harus dijaga baik-baik dan tidak boleh setiap orang mengetahuinya. Menjaga privasi tidak hanya perkara dalam kehidupan atau

aktivitas interaksi personal langsung secara tatap muka atau *face to face*, namun juga ada baiknya dalam setiap aktivitas apa pun karena pada akhirnya semua orang akan dituntut untuk mengubah pola perilaku kesehariannya dalam mengelola privasi atau informasi pribadi yang dimiliki (Krisnawati, 2016).

Mengubah pola perilaku sehari-hari juga sangat penting karena saat ini setiap individu dapat dengan mudah untuk menggali informasi yang dimiliki oleh individu lain yang ingin diketahui, seperti salah satunya yaitu mudah untuk mendapatkan data informasi seseorang hanya dengan menggunakan jejaring media sosial yang digunakan. Maka, sebaiknya kita juga harus dapat menjaga serta memilah informasi pribadi yang kita miliki agar tidak tersebar kepada pihak-pihak yang merugikan (Krisnawati, 2016).

Sebagai seorang selebriti atau seseorang yang sering menjadi sorotan publik seharusnya Atta Halilintar tidak perlu mempublikasikan konten malam pertama tersebut. Tetapi sangat disayangkan, tayangan vlog YouTube Atta Halilintar dengan judul “Malam Pertama ATTA AUREL” tersebut malah justru memperlihatkan kepada publik bahwa tidak adanya ruang privasi selebriti yang diberikan kepada khalayak karena tayangan vlog tersebut bertemakan malam pertama kedua pasangan baru yang dapat ditonton oleh masyarakat luas (Karlisna, 2014).

Selebriti dalam era modern identik dengan konsumerisme dan memunculkan berbagai kondisi interaksi sosial yang berkesinambungan dalam budaya masyarakat yang menguatkan perubahan dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Selebriti mengacu pada keintiman antara kepribadian dan khalayak melalui media, tampil dengan gaya yang unik untuk mempertahankan status selebriti melalui tayangan harian dan siaran video yang diunggah melalui media sosial untuk dapat mempertahankan interaksi kepada khalayak luas (Rojek, 2013).



Gambar 1.3. 10 Media Sosial Yang Sering Digunakan 2020

Sumber : (Jayani, 2020)

Youtube menjadi platform yang paling sering digunakan pengguna media sosial di Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun. Pengguna YouTube yang mengakses mencapai angka 88%. Serta media sosial yang paling banyak diakses yaitu WhatsApp sebesar 84%, selanjutnya Facebook sebesar 82%, dan juga Instagram 79%. Rata-rata waktu dihabiskan dalam bermedia sosial masyarakat Indonesia selama 3 jam 26 menit. Jumlah total pengguna aktif media sosial yaitu 160 juta yang merupakan 59% dari total penduduk Indonesia. 99% pengguna media sosial ini berselancar melalui ponsel. Selain itu, media sosial ini dapat menyajikan informasi dalam berbagai format seperti kata, gambar, suara, video yang membuat YouTube sangat fleksibel (Laurensia, 2016).

YouTube merupakan sebuah aplikasi yang memiliki beberapa keuntungan. Misalnya, pengguna YouTube dapat dengan mudah mencari informasi di dalam dan di luar negara yang ingin mereka ketahui. Situs sendiri YouTube berdiri pada Februari 2005 oleh beberapa mantan karyawan PayPal Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Menonton video di YouTube memudahkan dalam memahami maksud dan tujuan si pembuat video. Penggunanya tidak hanya dapat menonton video di YouTube, namun juga dapat membuat video YouTube di salurannya sendiri. Pengguna YouTube dapat menyumbangkan informasi ke seluruh dunia

dengan hanya mengunggah video yang bermanfaat. Tidak hanya itu, pengguna YouTube sendiri juga dapat menghasilkan keuntungan berupa uang dengan membuat video seperti iklan. Hanya dengan membuat akun dan juga sering membuat video, banyak orang dari luar negeri yang menjadi terkenal dengan saluran YouTube mereka. YouTube menawarkan berbagai konten kepada penggunanya. Dari konten berbasis berita, game hiburan. Dengan kemudahan akses setiap saat, YouTube dapat dicirikan sebagai aplikasi media sosial yang menghubungkan pengguna dengan kehidupan sehari-hari (Laurensia, 2016).

Dalam YouTube, saluran dengan konten menarik akan memiliki banyak penonton dan pelanggan. Oleh karena itu, jumlah penonton dan subscriber yang besar ini tentunya memberikan keuntungan ekonomi bagi pemilik channel. Karena keunggulan ini, pembuat konten dan selebriti biasanya saling bersaing untuk membuat konten. Selain teks yang menarik, informasi yang menginspirasi penonton Vlog juga dapat membuat mereka tertarik dengan konten yang dibuat oleh YouTuber (Suffi, 2019).

Melihat adanya beberapa perilaku masyarakat yang ingin meniru gaya hidup selebritis maka, menurut Ohanian dalam Ishak menekankan bahwa kredibilitas selebriti memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat atau dalam menciptakan sebuah persepsi dimata khalayak (Fadilla, 2018). Gaya hidup selebriti banyak ditiru oleh para penggemarnya, terutama para remaja madya di mana mereka mulai mengembangkan kedewasaan perilaku, mereka belajar mengendalikan impulsif dan membuat keputusan awal sekolah dan terkait pekerjaan yang ingin mereka capai nanti. Selain itu, menerima lawan jenis merupakan salah satu hal yang paling penting bagi individu atau remaja untuk mengembangkan kematangan perilaku (A.Rubiani, 2017).

Pada era globalisasi sekarang ini, informasi terjadi dengan begitu cepat. Generasi muda cenderung menjadi generasi penonton dan konsumen. Khalayak masa kini semakin proaktif dalam memaknai tayangan-tayangan yang dihadirkan oleh para pembuat tayangan media sosial dan cenderung mengkritisi tayangan yang disajikan. Dalam hal ini berarti penonton atau viewer tayangan tersebut memiliki interpretasi atau nilai makna atas apa yang digambarkan dalam tayangan vlog media sosial YouTube (Jatisidi, 2016).

Biasanya, pemaknaan khalayak sering diartikan melalui berbagai perspektif. Terutama pada remaja madya yang masih terbelang labil serta dapat dengan mudah menerima informasi tanpa menyaring maknanya terlebih dahulu. Berbagai jenis perilaku publik terhadap media sosial dapat terjadi sebagai respons atas tindakan yang dilakukan oleh khalayak aktif ketika mereka mengkritik media, apa yang diberitakan, atau apa yang dianggap tidak pantas (Jatisidi, 2016).

Khalayak aktif dapat diartikan menjadi seorang penerima pesan dalam suatu media khalayak aktif merupakan kelompok individu ataupun sosial yang dapat memaknai suatu pesan dari media yang nantinya akan memberikan suatu makna. Namun demikian, khalayak pasif tidak berarti buruk, karena mereka dapat aktif secara selektif dengan merencanakan penggunaan media dan pola pemilihan yang konsisten untuk tidak menonton konten yang dianggap tidak penting. Artinya, setiap orang memiliki cara masing-masing dalam menyikapi media, tergantung pada makna dari konteks yang diberikan dan pengalaman serta pemahaman mereka tentang penggunaannya dalam konteks media yang mereka gunakan. Dengan adanya pembagian khalayak, maka saat ini ada beberapa tahapan khalayak yang dapat mengerti mengenai pemaknaan yang dihasilkan oleh media seperti tahap remaja awal, madya maupun akhir yang biasanya masa remaja ini sangat rentan terpengaruh dengan godaan dan risiko dari dunia orang dewasa mengenai kehidupan mereka di usia yang terlalu dini, di mana secara kognitif dan emosional masih dapat dipengaruhi dengan lingkungannya (Felayati, 2018).

Remaja madya sedang berada pada tahap perkembangan pribadi terhadap dirinya sendiri yang ditandai dengan perkembangan keterampilan berpikir yang baru. Pada tahap ini, teman sebaya masih memainkan peran yang sangat penting, tetapi individu cenderung lebih mengarahkan diri sendiri. Remaja madya juga mulai meningkatkan kematangan perilakunya, belajar mengendalikan impulsnya, dan membuat keputusan pendidikan dan profesional sejak dini yang ingin dicapainya di masa depan (A.Rubiani, 2017).

Remaja madya cenderung dibingungkan oleh kontradiksi baik dan buruk dalam kehidupan sehari-hari dan tidak mampu membentuk norma moral. Pernyataan ini juga tercermin dalam sikap terhadap peraturan seperti menyontek di sekolah. Gaya religius dalam tahap ini juga merupakan pertentangan antara

pertimbangan moral serta material yang dapat dibentuk oleh pertimbangan sosial dalam kehidupan beragama. (A.Rubiani, 2017).

Di dalam tahap pertengahan remaja ini, kesadaran akan kewajiban dalam mematuhi aturan yang ada mulai meningkat, akan tetapi belum dapat diperhitungkan secara pribadi. Remaja berada pada tahap mencari nilai dan energi baru serta membandingkan normalitas dengan teman sebaya dimana masa remaja merupakan masa peralihan dimana remaja mulai menemukan pribadinya, menentukan cita-citanya, menggariskan jalan hidupnya bertanggung jawab dan memulai gaya hidup yang berbeda dengan menentukan pola perilaku, nilai dan sifat yang paling sesuai bagi dirinya (A.Rubiani, 2017).

Resepsi audiens adalah proses dimana audiens menerima informasi yang diselidiki. Tujuan dari resepsi itu sendiri adalah untuk memungkinkan melihat lebih dekat proses aktual dimana wacana media diintegrasikan melalui makna khalayak yang terinformasi. Proses penerimaan ini melibatkan proses *encoding* dan *decoding*. *Encoding* adalah proses produksi media, dan pekerja media yang terlibat menentukan bagaimana media menghasilkan peristiwa "langsung" dalam wacana. *Decoding* adalah proses menafsirkan teks media, yang dilakukan secara bebas oleh pemirsa dan ditafsirkan berdasarkan ideologi khalayak. Resepsi audiens digunakan peneliti untuk dapat mengetahui sejauh mana khalayak mampu memahami dan memaknai mengenai isi pesan yang ditampilkan melalui media (Multazam, 2021).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi sebuah rujukan serta pembandingan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu pada penelitian pertama dengan judul "Pemaknaan Khalayak terhadap Ruang Privat pada Tayangan Suka Suka Uya" yang ditulis oleh Oki Riski Karlisna pada tahun 2014. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis resepsi Stuart Hall. Ragam deskripsi penonton terhadap ruang privat tokoh publik yang dikemas dan ditampilkan dalam Tayangan Sukasuka uya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ruang privat digambarkan sebagai hal yang tabu di tempat umum. Tidak hanya itu, perbedaan jenis kelamin antara informan laki-laki dan perempuan juga membuat perbedaan begitu pentingnya ruang privat. Informan perempuan dalam penelitian ini cenderung lebih merangkul keterbukaan ruang privat dibandingkan informan laki-laki. Kedua, penelitian dengan judul "Pemaknaan Khalayak Terhadap Ruang

Privat Selebriti melalui Tayangan Janji Suci Raffi & Gigi” yang ditulis oleh Natasya N. Mandagi pada tahun 2016. Teori yang digunakan Analisis Resepsi Stuart Hall. Jenis survei ini menggunakan *indepth interview*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendetail dengan empat informan, yaitu penonton Janji Suci Raffi & Gigi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton Janji Suci Raffi & Gigi melihat tayangan tersebut sebagai program hiburan yang menyajikan kehidupan pribadi Raffi Ahmad dan Nagita Slavina dan orang-orang di sekitar mereka.

Beberapa tinjauan literatur di atas menjadi pembanding dalam penelitian yang akan dilakukan, di mana peneliti akan melihat bagaimana pemaknaan yang diberikan oleh masing-masing khalayak dalam tayangan vlog saluran media sosial YouTube untuk mengetahui bagaimana resepsi yang diberikan oleh kalangan Remaja Madya mengenai ruang privasi selebriti. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu dengan adanya objek penelitian yang berbeda.

Dari beberapa penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa peneliti ingin melihat bagaimana pemaknaan khalayak mengenai selebriti melalui tayangan “Malam Pertama ATTA AUREL” dalam saluran YouTube Atta Halilintar terhadap remaja maya usia 15-17 tahun yang masih terbilang labil serta dapat dengan mudah menerima informasi tanpa menyaring maknanya terlebih dahulu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti merumuskan masalah untuk menganalisa bagaimana Pemaknaan Khalayak Terhadap Ruang Privasi Selebriti Melalui Tayangan YouTube "Malam Pertama ATTA AUREL"?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan permasalahan yang dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemaknaan Khalayak Terhadap Ruang Privasi Selebriti Melalui Tayangan YouTube "Malam Pertama ATTA AUREL".

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka manfaat penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Sebagai tempat untuk menerapkan ilmu-ilmu teoritis serta untuk mengembangkan penelitian, menambah wawasan dan pengalaman dalam penelitian dan memahami bagaimana cara memperoleh suatu gambaran mengenai membuat atau mengimplementasikan suatu masalah menjadi sebuah penelitian yang baik.
2. Penelitian ini di harapkan mampu memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang konsep ruang privasi selebriti di kalangan remaja madya. Oleh karena itu, riset ini diharapkan mampu menyediakan referensi baru tentang konsep ruang privasi selebriti dari suatu tayangan vlog media sosial YouTube Atta Halilintar.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pembuat Tayangan Youtube
Melalui analisis yang di paparkan, maka diharapkan bagi pihak pembuat program tayangan untuk dapat memberikan informasi yang sesuai dengan fakta, serta dapat memberikan hiburan yang layak sesuai dengan kalangan.
2. Bagi Pembaca
Melalui analisis yang di paparkan, maka diharapkan bagi pihak yang membaca penelitian ini dapat menambah pengetahuan kepada khalayak dalam memaknai dan memahami suatu tayangan. Setelah tayangan tersebut dapat dipahami dan dimaknai, penonton diharapkan dapat menambah wawasan dalam kehidupannya.