

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul/Penulis/ Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan Penelitian
1.	Manifestasi Realitas Simbolik pada Komunitas Bercadar (Handini, 2018)	Universitas Gunadarma	Kualitatif Deskriptif	Komunitas Muslimah Bercadar (KMB) merupakan komunitas yang bergerak di bidang dakwah. Melalui penggunaan media baru <i>WhatsApp</i> komunitas berupaya membangun identitas dan melakukan pertukaran pesan melalui grup <i>WhatsApp</i> KMB Kajian 2, KMB Jabodetabek dan KMB 24 Jam. Sehingga dapat ditemukan tiga proses penting yang dinyatakan oleh Peter L Berger dan Thomas Lucmann, yakni eksternalisasi, obyektivasi dan	Diharapkan peneliti berikutnya dapat meneliti dari sudut pandang yang lebih mendalam berkaitan dengan kohesivitas pada suatu komunitas melalui pendekatan fenomenologi	Perbedaannya ada pada objek yang diteliti dimana pada penelitian ini menggunakan grup <i>WhatsApp</i> sebagai medium untuk mengkaji interaksi dan konstruksi identitas yang bergerak di bidang dakwah.
2	Interaksi Simbolik dalam	Kementrian Komunikasi dan	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menyimpulka	Dalam komunitas virtual	Perbedaan penelitiannya terletak pada

<p>Komunitas Virtual Anti Hoaks untuk Mengurangi Penyebaran Hoaks (Juditha, 2018)</p>	<p>Informatika Republik Indonesia</p>	<p>n bahwa pada Grup Forum Anti Fitnah, Hasut dan Hoax (FAFHH) siapapun dapat melakukan klarifikasi dan bertanya terhadap informasi yang diterimanya. Melalui peran anggota, admin, dan moderator membantu anggota lainnya untuk melakukan klarifikasi terkait berita atau informasi dengan menyertakan sumber pendukung, yang berupa data-data guna mengedukasi terkait berita yang dianggap hoaks. Sehingga dapat dijelaskan ada beberapa kategori pesan yang dibagikan ke grup untuk diperiksa kebenarannya , berita/informasi hoaks, disinformasi, berita/informasi biasa, dan diskusi/komentar.</p>	<p>FAFHH dinilai cukup memiliki daya jangkauan yang besar bagi setiap anggotanya untuk aktif dalam kampanye anti hoaks. Sehingga diharapkan peran aktif setiap</p>	<p>jenis kelompok FAFHH yang bersifat sebagai kelompok penekan dan pengontrol terkait peredaran berita hoaks yang dilakukan</p>
---	---------------------------------------	--	--	---

3	<p><i>Self-love</i>: Studi Netnografi dalam Website Komunitas Online Rahasia Gadis (Misdayanti & Kurniasari, 2022)</p>	<p>Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis</p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa melalui interaksi mereka dapat lebih mencintai diri sendiri karena adanya pertukaran pikiran, pendapat, dan berbagi empati. Dalam komunitas, anggota juga dapat menceritakan masalah <i>self-love</i> mencintai diri sendiri. Dalam komunitas, anggota juga dapat menceritakan masalah <i>self-love</i> mereka terutama saat membutuhkan dukungan sosial sehingga membuat komunitas Rahasia Gadis menjadi salah satu komunitas <i>online</i> yang dapat memberikan dukungan sosial yang berfokus dalam membangun sikap <i>self-love</i>.</p>	<p>Diharapkan peneliti selanjutnya dapat lebih kompleks dalam melihat sikap <i>self-love</i> pada diri perempuan melalui interaksi di dunia maya. Melalui hadirnya internet dan teknologi komunikasi tentu dapat menjadi medium bagi individu terutama perempuan dalam melakukan <i>self-love</i>.</p>	<p>Perbedaannya terletak pada pengamatan dalam fitur <i>confession room</i> dan #kamutidaksendiri pada <i>websiterahasiagadis.com</i>. Selain itu dalam penelitian ini menggunakan teori <i>Computer Mediated Communication</i> (CMC).</p>
4	<p>Kajian Netnografi terhadap</p>	<p>Balai Besar Pengembangan SDM</p>	<p>Kualitatif Netnografi</p>	<p>Hasil penelitian ini menyatakan</p>	<p>Melalui kehadiran komunitas</p>	<p>Perbedaannya dengan penelitian ini</p>

Komunitas <i>Cyber</i> dBC Network (Ratna, 2018)	dan Penelitian Kominfo	<p>bahwa internet melahirkan komunitas Dbc Network dimana memiliki misi mengembangkan jaringan bisnis dan memperbanyak jumlah <i>downline</i>. Ada beberapa anggapan dari hadirnya komunitas ini, di satu sisi beberapa anggota menganggap bahwa komunitas ini memiliki kepentingan untuk meningkatkan penjualan produk, mencari <i>downline</i>. Sedangkan di sisi lain, anggota komunitas beranggapan bahwa hadirnya komunitas ini hanya sebagai pembelian produk dengan harga yang lebih murah.</p>	<p>online di dunia maya, tentu diharapkan dapat mengembangkan jejaring keanggotaan melalui sistem <i>multi level marketing</i> melalui kehadiran komunitas online di dunia maya, tentu diharapkan dapat mengembangkan jejaring keanggotaan melalui sistem <i>multi level marketing</i> sehingga diharapkan penelitian sejenis lainnya dapat meninjau lebih lanjut terkait pengembangan penjualan produk lain untuk melihat keefektifan fungsi dari komunitas untuk mencapai tujuan komunitas.</p>	<p>terletak pada fokus penelitian, yakni ingin melihat proses terjadinya <i>self mobile</i> dan <i>self organizing</i> pada komunitas dBC Network dan MLM online dimana hal tersebut berkaitan dengan proses penjualan produk Oriflame.</p>	
5 Instagram sebagai Medium Komunikasi Risiko di Masa Pandemi	Institut Pertanian Bogor	Kualitatif Konstruktivisme	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi risiko yang disampaikan</p>	<p>Diharapkan bentuk komunikasi risiko melalui konten informatif</p>	<p>Diharapkan bentuk komunikasi risiko melalui konten informatif</p>

COVID-19 (Damayanti & Yuriawan, 2020)	melalui sebuah konten ternyata mampu mendapatkan respon positif, dimana minat mereka terlihat lebih tinggi atas konten yang berbentuk infografis dengan sifat konten yang informatif dibandingkan yang edukatif. Konten informatif tersebut, meliputi <i>update</i> kasus, imbauan protokoler kesehatan, informasi kebijakan pemerintah, dan terkait ibadah.	tersebut bisa diterapkan oleh instansi pemerintahan agar mendapatkan dukungan rakyat dan dapat mengurangi kemungkinan kegagalan dalam proses komunikasi secara efektif dalam upaya mensosialisasikan, mendidik, dan mengkampanyekan rakyat.	tersebut bisa diterapkan oleh instansi pemerintahan agar mendapatkan dukungan rakyat dan dapat mengurangi kemungkinan kegagalan dalam proses komunikasi secara efektif dalam upaya mensosialisasikan, mendidik, dan mengkampanyekan rakyat.
--	--	---	---

Dari kelima penelitian terdahulu yang telah dijabarkan diatas dan menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian, yakni Pertama Manifestasi Realitas Simbolik pada Komunitas Bercadar dimana penelitian dengan metode kualitatif deskriptif oleh (Handini, 2018). Penelitian ini menjelaskan bahwa anggota komunitas bercadar merupakan anggota yang terikat pada minat atas penyadaran pada nilai-nilai agama sehingga memiliki ciri-ciri menjadi hamba yang taat kepada Allah Swt. Rasa ketaatan ini yang kemudian didapatkan melalui interaksi dan komunikasi yang dilakukan oleh tiap anggota pada grup *WhatsApp* Kajian 2, KMB Jabodetabek, dan KMB 24 Jam selama lebih dari enam bulan.

Penelitian kedua yang menjadi acuan peneliti, dengan judul Interaksi Simbolik dalam Komunitas Virtual Anti Hoaks untuk Mengurangi Penyebaran Hoaks yang diteliti oleh (Juditha, 2018). Pada penelitian ini,

menjelaskan bahwa terdapat beberapa jenis pesan yang disebarakan melalui grup ini, yakni berita/informasi yang perlu untuk diklarifikasi kebenarannya, berita/informasi hoaks, disinformasi, berita/informasi biasa, dan diskusi/komentar. Sehingga didapati ada begitu banyak informasi dengan beragam topik yang perlu diklarifikasi dalam komunitas FAFHH.

Penelitian ketiga yang menjadi acuan penelitian ini adalah penelitian dengan judul *Self-love: Studi Netnografi dalam Website Komunitas Online Rahasia Gadis* yang diteliti oleh (Misdayani & Kurniasari, 2022). Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada interaksi yang dilakukan dengan menggunakan fitur *confession room* dan *#kamutidaksendiri* yang berbentuk teks serta emotikon. Dalam hal ini, anggota komunitas berupaya untuk saling memberikan dukungan secara lebih personal untuk membangun rasa *self-love*.

Penelitian keempat yang juga menjadi acuan dalam penelitian ini berjudul *Kajian Netnografi terhadap Komunitas Cyber DBC Network* yang diteliti oleh (Ratna, 2018). Dalam penelitian ini komunitas virtual dBC Network menjadi forum diskusi untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan yang berfokus meningkatkan tingkat penjualan dan mendapatkan tambahan konsumen. Melalui relasi virtual yang dibangun, terjadinya *virtual intimacy* dimana pola hubungan antar anggota terbangun secara kuat.

Penelitian terakhir yang menjadi acuan penelitian ini berjudul *Instagram sebagai Medium Komunikasi Risiko di Masa Pandemi COVID-19* yang diteliti oleh (Damayanti & Yuriawan, 2020). Berawal dari rendahnya kesadaran masyarakat terhadap protokol kesehatan sehingga pihak kawalCOVID19.id melaksanakan kegiatan informasi, konfirmasi dan klarifikasi pada konten yang mereka unggah di akun Instagram tersebut. Dalam hal ini, konten infografis cenderung memiliki respon positif, dan konten informatif mendapat komentar yang tinggi. Hal ini didasari atas adanya kebutuhan informasi masyarakat mengenai kondisi risiko kesehatan di tengah Covid-19.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Teori Interaksionalisme Simbolik

Teori interaksionalisme simbolik merupakan teori dasar yang diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan George Herbert Mead, yakni pada tahun (1863 – 1931). Menurut (Arisandi, 2014) teori ini menjadi suatu teori dengan pendekatan kualitatif yang berasumsi bahwa suatu interaksi perilaku sosial dimana terdapat sebuah isyarat berbentuk non-verbal dan memiliki makna dari pesan yang berbentuk verbal dimana kemudian berpotensi dalam mempengaruhi persepsi orang lain. Menurut Mead, karakteristiknya terletak pada ketika lebih dari satu individu berpotensi memberikan simbol yang memiliki makna. Sehingga sikap seseorang seringkali mampu dipengaruhi oleh simbol yang diberikan oleh individu lain dimana pemberian simbol yang berupa isyarat tersebut dianggap dapat menjadi pengungkapan perasaan, pemikiran, dan tujuan. Dalam penelitian ini, komunitas terdiri dari individu-individu yang kemudian membangun interaksi antar individu lain baik melalui pesan verbal maupun non-verbal. Interaksi ini yang kemudian dapat menciptakan suatu makna yang pada dasarnya makna tersebut bersifat dinamis karena tercipta melalui proses sosial yang spesifiknya pada komunitas kesehatan mental di akun Instagram @alpas.id.

Menurut Herbert G. Blumer, berdasarkan pengembangannya terhadap teori interaksionalisme simbolik, lebih lanjut gagasan Blumer bahwa ada lima gagasan dasar pada teori interaksi simbolik, yakni konsep diri (*self*), konsep aksi (*action*), konsep objek (*object*), konsep interaksi sosial (*social interaction*), konsep aksi bersama (*joint action*). Kelima konsep tersebut berupaya menjelaskan hubungan di antara simbol dengan aktivitas manusia dimana kehidupan manusia terletak pada lingkungan simbolik. Pemahaman terkait simbol dalam proses berkomunikasi tentu menjadi suatu hal penting yang menjadikan komunikasi dapat terjadi secara efektif.

1. Konsep diri (*self*)

Konsep diri (*self*) dalam hal ini berpandangan bahwa manusia dipengaruhi oleh stimulus yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri dan dorongan dari luar diri manusia tersebut, manusia menjadi organisme yang

memiliki kesadaran diri (*an organism having a self*). Manusia dalam hal ini berpandangan bahwa diri mereka merupakan hasil dari objek pikirannya serta mampu untuk melakukan interaksi dengan diri mereka sendiri.

2. Konsep aksi (*action*)

Konsep aksi (*action*) merupakan suatu penggambaran bahwa perbuatan manusia merupakan hasil dari pembentukan dalam dan melalui proses interaksi dengan diri sendiri. Sehingga tingkah laku manusia dalam hal ini bukan hanya sebagai reaksi dari biologis semata-mata, melainkan hasil dari upaya mereka dalam mengkonstruksi pikirannya.

3. Konsep objek (*object*)

Konsep objek (*object*) menjelaskan bahwa manusia terletak di antara objek, dalam hal ini objek terbagi atas objek fisik dan abstrak. Objek fisik dapat diartikan seperti bangku atau khayalan kebendaan. Sedangkan objek abstrak merupakan suatu konsep kebebasan atau samar seperti ajaran dalam mengenal Tuhan. Maka, objek itu sebenarnya tidak ditentukan dari ciri-ciri instrinsiknya melainkan oleh minat seseorang yang dikenakan pada objek tersebut.

4. Konsep interaksi sosial (*social interaction*)

Konsep interaksi sosial (*social interaction*) interaksi merupakan proses memindahkan diri secara mental ke dalam posisi orang lain. Sehingga individu dapat memahami tujuan dari tingkah laku yang dilakukan oleh orang lain maka besar kemungkinan memungkinkan terjadinya proses bertukar pesan. Interaksi dalam hal ini dapat bergerak melalui *gesture*, simbol yang mudah dipahami dan dimengerti maknanya.

5. Konsep aksi bersama (*joint action*)

Konsep aksi bersama (*joint action*) adalah aksi kolektif yang berasal dari tiap-tiap individu yang disesuaikan antar satu sama lainnya. Inti dari konsep ini adalah proses peleburan, tujuan, sikap, dan pikiran.

Hadirnya media baru memberikan kita pilihan dalam pemenuhan kebutuhan interaksi sosial, yakni melalui media apa kita ingin berinteraksi. Dalam teori interaksi simbolik, ada tiga hal penting yang perlu diketahui; (1) fokus pada

interaksi antar pelaku dan dunia; (2) Pandangan bahwa baik pelaku atau dunia menjadi proses dinamis dan bukanlah struktur yang statis; (3) Nilai yang dilekatkan pada kemampuan pelaku untuk menginterpretasikan dunia atau masyarakat.

Jika ditinjau dari pandangan George H. Mead, interaksi simbolik ini berdasar pada gagasan dasar dalam menciptakan sebuah makna dari pemikiran (*mind*), diri (*self*), dan hubungan bermasyarakat (*society*) dimana individu tersebut berada. Hadirnya makna disini berasal dari terjadinya sebuah interaksi yang dibangun melalui proses komunikasi antar individu dengan individu lainnya seperti yang terjadi pada komunitas kesehatan mental @alpas.id. Berdasarkan pandangan Mead, pikiran (*mind*) merupakan kemampuan untuk menjadikan simbol sebagai faktor pengembangan cara berpikir melalui proses interaksi dengan individu lainnya. Hal ini dapat terlihat bagaimana proses analisa tiap individu dalam mendefinisikan diri mereka dan lingkungan sekitar mereka sebagai individu yang mengalami gangguan kesehatan mental sehingga mendorong (*impuls*) mereka untuk mendapatkan layanan atau edukasi yang dibutuhkan. Sehingga ada proses mendefinisikan diri dan memahami kebutuhan diri yang bertujuan mendapatkan solusi dari suatu permasalahan.

Selain itu, diri (*self*) merupakan kemampuan untuk menerima diri dan menyetujui persepsi orang lain mengenai diri sendiri. Maksud dari penerimaan diri dari orang lain dalam hal ini dapat diartikan bagaimana diri (*me*) menjadi bagian dari persepsi orang lain. Sehingga pada saat terjadinya proses interaksi dengan individu lain, konsepsi diri (*self*) tidak hanya menjadi *I* namun juga menjadi *Me*. Seperti halnya dalam komunitas kesehatan mental @alpas.id, dimana tiap individu tentu dapat mendeskripsikan diri mereka dan juga anggota komunitas lainnya. Proses mendeskripsikan diri anggota lainnya yang kemudian disebut dengan persepsi, dimana individu yang dipersepsikan harus mampu menerima persepsi individu lainnya, hal ini yang dirumuskan menjadi proses perkembangan diri (*self*) yang dibangun oleh Mead.

Adapun masyarakat (*society*) dalam hal ini individu atau manusia pada dasarnya tidak dipahami sebagai sebuah konteks yang menyendiri justru individu didefinisikan menjadi bagian dari seseorang yang melakukan proses interaksi

dengan individu lain. Konsep masyarakat dalam hal ini terbentuk secara utuh dalam sebuah masyarakat. Tiap individu dapat menentukan keterlibatan perilaku yang dipilih hingga menuntun individu untuk ikut serta dalam serangkaian upaya pengambilan keputusan. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa pada dasarnya individu yang melakukan proses interaksi dengan individu lain dapat disebut dengan masyarakat dimana mereka dapat menentukan bentuk keterlibatan seperti apa yang mereka pilih pada keikutsertaan mereka di komunitas kesehatan mental @alpas.id.

Interaksi sosial merupakan landasan dasar dari adanya hidup bersosial, tanpa melibatkan proses interaksi dan komunikasi tentu sulit menciptakan ruang kehidupan. Interaksi sosial menjadi hubungan yang dinamis, tidak hanya berkaitan dengan hubungan antar perorangan namun juga antar kelompok dengan kelompok lainnya. Dalam perspektif teori interaksionisme simbolik, manusia menjadi makhluk pembuat simbol, dimana segala sesuatu yang hadir dalam kehidupan manusia tentu mempunyai simbolik. Teori ini juga berasumsi individu melalui komunikasi dan interaksinya yang memanfaatkan simbol bahasa serta isyarat digunakan untuk mengonstruksi masyarakat.

2.2.2. Netnografi

Netnografi merupakan istilah yang mengacu pada studi tentang internet. Robert Kozinets mendefinisikan netnografi sebagai cabang etnografi tentang kebiasaan masyarakat dan budaya individu dimana menganalisis perilaku Individu dalam internet (Karr, 2023). Pada dasarnya, netnografi didasarkan pada studi yang berkaitan dengan media sosial dengan penggunaan metode netnografi sebagai tipe dalam memahami relasi di jejaring media. Syarat dalam melaksanakan penelitian netnografi ini tentu erat kaitannya dengan komunikasi yang dimediasi oleh teknologi komputer dan pentingnya dalam menjadi bagian atau ketergabungan dari komunitas di media sosial yang ingin diteliti.

Berfokus dalam melihat ruang lingkup melalui jaringan, netnografi membantu mengkaji struktur dan pola dari hubungan yang terbangun antar anggota komunitas. Perkembangan era digital saat ini, menjadikan masyarakat modern ini cenderung menggunakan media online sehingga mendorong

masyarakat untuk melakukan interaksi satu sama lain. Melalui metode netnografi, dimana berfokus mengkaji budaya dari komunitas *online* sehingga fokus kajiannya menekankan pada nilai budaya, struktur sosial budaya di jejaring media sosial.

Selain itu, netnografi terbagi atas netnografi murni dan netnografi campuran. Netnografi murni, yakni data yang didapatkan oleh peneliti merupakan data yang didapatkan melalui bantuan teknologi komputer atau proses wawancara *online* dan unduhan data melalui media *online* yang dalam hal ini peneliti mendapatkan data melalui media sosial Instagram yang merupakan komunitas virtual Alpas.id. Sedangkan netnografi campuran merupakan proses pengambilan data yang tidak hanya didapatkan melalui komunikasi yang dimediasi oleh komputer tetapi juga data didapatkan melalui interaksi tatap muka (*face to face*) antara peneliti dengan informan (Laurensia, 2017).

- Namun, perlu disadari bahwa dalam kajian netnografi menjadi tidak terbatas dengan melihat pada realitas maya saja. Tentu terdapat realitas yang terhubung antara maya dan nyata yang dalam hal ini sulit untuk dipisahkan menjadi kedua realitas yang berbeda. Sehingga, diperlukannya pendekatan selain kajian netnografi yang multidisiplin sebagai upaya menjelaskan objek secara *offline* yang terhubung dengan *online*. Prosedur yang dilakukan dalam etnografi juga berlaku dalam netnografi, dengan catatan diperlukannya klasifikasi dan keabsahan sumber atau entitas dan data yang diunggah oleh mereka. Sehingga prosedur yang menjadi landasan dalam penelitian netnografi terdiri atas masuk ke dalam arena budaya atau yang disebut komunitas virtual, mendapatkan dan menganalisis data yang didapatkan dari entitas, memastikan interpretasi data sesuai fakta di lapangan, mematuhi etika riset dilakukan dengan baik, memberi kesempatan kepada entitas atau anggota komunitas yang sedang diteliti memberi umpan balik, dan harus keluar dari komunitas setelah melakukan riset (Nasrullah R. , 2020, p. 31).

2.2.3. Komunitas Virtual

Kemajuan teknologi dan komunikasi saat ini tentu menjadikan

perkembangan media semakin cepat terutama ditandai dengan munculnya kelompok-kelompok dalam jejaring sosial yang disebut dengan komunitas. Komunitas virtual (*community virtual*) merupakan wadah bagi orang yang mempunyai minat (*interest*) yang sama untuk berkumpul dan membagikan informasi dengan individu lainnya (Putri, 2016). Komunitas virtual juga dapat diartikan sebagai tempat bagi orang untuk memberikan dukungan, menyampaikan pemikiran dengan melalui jaringan sosial. Sehingga konsep komunitas dalam hal ini penting dalam sebuah jejaring sosial karena menjadi tempat untuk berbagi ruang, identitas, norma, dan nilai hingga praktik budaya tertentu.

Berdasarkan penelitian (Kurniasari & Misdayani, 2022) bahwa berinteraksi dalam sebuah komunitas tentu menjadi cara bagi tiap individu untuk membagikan cerita, dukungan dan masukan terlebih pada saat seseorang sedang menghadapi sebuah masalah. Dalam hal ini, digitalisasi menjadi peluang hadirnya berbagai komunitas virtual sebagai salah satu sarana untuk berkomunikasi secara virtual. Kemudahan dalam melakukan komunikasi melalui jejaring sosial dengan ragam fitur yang ditawarkan membuat fenomena ini semakin berkembang.

Menurut (Hidayanti & Yahya, 2017) bahwa terbentuknya suatu komunitas maya (*virtual community*) merupakan adanya proses penggunaan ruang maya yang interaktif yang melakukan pengiriman pesan melalui jaringan, yakni internet. Menurut Reingold ada ciri-ciri dari komunitas virtual yang melalui sebagai berikut:

1. Adanya kesamaan hobi atau *interest*
Kelompok individu yang tergabung dalam sebuah komunitas perlu memiliki kesamaan minat (*interest*) sehingga memudahkan terciptanya komunitas yang solid. Seperti pada komunitas Alpas.id dimana para anggota komunitas memiliki minat yang sama, yakni mengenai isu kesehatan mental.
2. Proses interaksi yang dilakukan teratur
Proses interaksi teratur dalam hal ini erat kaitannya dalam menjaga interaksi yang terjalin dan kedekatan hubungan yang dibangun antar anggota komunitas. Seperti pada komunitas Alpas.id yang antar anggota

satu sama lain melakukan proses komunikasi untuk membangun kedekatan hubungan secara emosional.

3. Terdapat identifikasi atau identitas

Dalam proses berinteraksi, identitas menjadi penting guna mempermudah anggota komunitas lain dalam mengidentifikasi tiap-tiap individu. Identitas ini bisa berupa nama (*username*) atau foto yang digunakan sebagai pengenalan. Seperti pada komunitas Alpas.id dimana tiap individu memiliki identitasnya sendiri yang dapat dilihat dari penggunaan *username*, atau foto profil pada akun Instagram yang dimilikinya.

4. Ada sebuah fokus khusus terhadap suatu hal

Adanya sebuah fokus dalam hal ini berkaitan dengan kesamaan minat (*interest*) dan juga topik yang akan diperbincangkan. Seperti pada komunitas Alpas.id yang memiliki fokus untuk dapat mengedukasi orang dengan gangguan mental untuk tidak terjerat stigma-stigma yang menghambat diri untuk berkembang. Kemudian para anggota lainnya pun berupaya untuk mengedukasi orang lainnya yang bisa jadi tidak menjadi bagian dari komunitas.

5. Adanya kesamaan antara isi pembahasan dengan komunikasi yang berlangsung

Sebuah komunitas perlu dibangun secara terintegrasi dimana proses komunikasi harus sesuai dengan konteks diskusi yang dibicarakan. Seperti pada komunitas Alpas.id yang menyesuaikan kebutuhan informasi publik pada akun Instagramnya, sehingga adanya kesamaan isi pesan yang dapat mendorong anggota untuk membangun hubungan yang lebih intens.

6. Keterbukaan akses informasi dan orientasi komersial

Suatu komunitas perlu memberikan keterbukaan akses kepada setiap anggota komunitas karena mereka berhak untuk mendapatkan informasi yang diberikan oleh anggota lain. Seperti pada komunitas Alpas.id yang merupakan komunitas terbuka bagi siapapun yang mungkin memiliki fokus terhadap isu-isu kesehatan mental agar dapat bergabung dan terlibat dalam komunitas ini.

2.2.4. Instagram sebagai Media Komunitas

Media sosial merupakan suatu medium representasi diri dan medium melakukan interaksi, kerjasama, berkomunikasi, dan berbagi dengan pengguna lainnya yang berupaya membangun hubungan sosial secara virtual (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Pada dasarnya, hadirnya media sosial di tengah masyarakat dewasa ini mampu memberi manfaat yang besar dimana media sosial mampu menghapus jarak antar manusia satu dengan yang lainnya. Sehingga efektif dalam mempersingkat waktu untuk berkomunikasi. Di balik hal tersebut, kehadiran media sosial tentu tidak luput dari dampak negatif yang ditimbulkannya, seperti interaksi secara tatap muka cenderung menurun dan hilangnya privasi. Lebih lanjutnya, hilangnya privasi diri ini cenderung disebabkan oleh dilakukannya pengungkapan diri atau aktivitas berbagi secara berlebihan yang tidak jarang menimbulkan masalah (Mailoor, Senduk, & Londa, 2017).

Definisi lainnya, menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa media sosial menjadi *platform* yang memiliki fokus pada eksistensi pengguna dengan memanfaatkan fitur-fitur media sehingga mendukung untuk melakukan berbagai aktivitas dan kolaborasi. Sehingga media sosial dapat menjadi wadah secara *online* yang berupaya untuk membangun hubungan sosial satu pengguna dengan pengguna lainnya (Sari, Hartina, Awalia, Irianti, & Ainun, 2019). Seiring berkembangnya zaman, kehadiran media baru (*new media*) tentu terus mengalami peningkatan yang signifikan yang ditandai dengan kemunculan beragam media baru dengan karakteristik dan keunikannya masing-masing.

Awal mulanya Instagram bernama Burbn yang disesuaikan dengan nama perusahaan yang didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom. Bahkan aplikasi tersebut hanya bisa dipergunakan oleh pengguna iPhone saja. Seiring berjalannya waktu, fitur-fitur yang terdapat pada Instagram kemudian hanya difokuskan pada bagian foto, komentar, dan like saja. Pada perkembangannya, dua tahun sejak rilisnya Instagram, Facebook kemudian beralih ditangani oleh manajemen Instagram. Setelah empat tahun, di tahun 2016 logo Instagram kemudian berubah menjadi logo yang lebih menarik, elegan dan kekinian hingga sampai saat ini (First Media, 2022).

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”. Asal kata ini awal

mulanya diinisiasi oleh kehadiran kamera polaroid, dimana pada saat itu polaroid dikenal sebagai “foto instan” yang kemudia menjadikan Instagram ingin menyediakan masyarakat media dalam menampilkan foto-foto secara instan secara *online*. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata telegram, kita ketahui bahwa telegram memiliki fungsi untuk mengirimkan informasi dengan efektif dan efisien (First Media, 2022).

Menurut Bambang, Instagram merupakan suatu aplikasi yang berasal dari *smartphone* yang diperuntukkan khusus untuk bermedia sosial. Instagram merupakan bentuk media digital yang memiliki fungsi identik dengan Twitter, perbedaannya hanya terletak pada bentuk informasi atau pesan yang didistribusikan, pada Instagram berfokus pada pengambilan foto untuk berbagi informasi antar pengguna (Anwar, 2017).

Dalam hal ini, komunitas Alpas.id memanfaatkan Instagram sebagai media berbagi informasi melalui penyajian konten dan berbagai kegiatan dan program yang diselenggarakan secara *online*. Melalui kemudan dan kecepatan akses informasi pada Instagram, seperti berbagi pesan, foto atau informasi lainnya dengan mengandalkan ragam macam fitur yang tersedia. Melalui Instagram anggota komunitas juga dapat melakukan interaksi dengan memberikan respon *follow*, *like*, *comment* dan *share* untuk dapat terhubung dan terkoneksi dengan anggota komunitas lainnya.

Berdasarkan data Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 97,38 juta orang per Oktober 2022. Jumlah tersebut dinyatakan meningkat dari tahun sebelumnya yang tercatat mencapai 91,01 juta pengguna. Walaupun demikian, pengguna Instagram di Indonesia dapat dikatakan menurun sebanyak 3,89% dari bulan sebelumnya hingga mencapai 101,3 juta akun (Rizaty, 2022).

Atas dasar tersebut, pada buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015) terdapat enam kategori yang berkaitan dengan media sosial itu sendiri. Pada penelitian ini, dari keenam kategori media sosial yang dimaksud tersebut, media sosial Instagram yang menjadi objek yang diteliti pada penelitian ini tergolong kedalam jenis *social networking*.

2.2.4.1. Karakteristik Media Sosial

Media sosial pada dasarnya mempunyai beberapa karakteristiknya masing-masing yang menjadi pembeda dengan jenis media satu dengan yang lainnya. Terdapat karakteristik khusus yang tentunya hanya dimiliki oleh media sosial. Berikut karakteristik media sosial (Nasrullah R. , 2016):

1. Jaringan (*network*)
Media sosial terdiri dari tatanan masyarakat yang hadir melalui adanya internet atau jaringan. Dalam hal ini, anggota komunitas Alpas.id berkumpul dalam jejaring media Instagram yang kemudian melakukan interaksi antar satu sama lainnya dan terkoneksi satu sama lainnya melalui adanya suatu jaringan.
2. Informasi (*information*)
Informasi merupakan bentuk dari hadirnya media sosial karena melalui media sosial *user* dapat memproduksi, representasi diri, dan membangun interaksi yang didasari oleh informasi. Seperti halnya pada komunitas Alpas.id yang berupaya mengemas sebuah informasi melalui pengemasan konten, program, dan berbagai kegiatan yang disesuaikan pada permasalahan kesehatan mental.
3. Interaksi (*interactivity*)
Terbentuknya jaringan antar pengguna menjadi karakteristik dari media sosial. Fungsi dari terbentuknya jaringan tersebut tidak hanya sekadar untuk memperluas koneksi, relasi atau memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhananya seperti dapat memberi komentar dan lain sebagainya. Dalam hal ini, pada komunitas Alpas.id, para anggota komunitas melakukan interaksi melalui fitur *like*, *comment*, dan *share*.
4. Simulasi Sosial (*simulation of society*)
Media sosial memiliki karakteristik sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia *virtual*. Media sosial memiliki aturan dan etika yang harus ditaati oleh tiap-tiap pengguna (*user*). Dalam hal ini interaksi yang berlangsung di media sosial tersebut setidaknya dapat menggambarkan realitas, namun interaksi yang terjadi merupakan simulasi yang bisa saja berbeda sama sekali.

5. Konten oleh Pengguna (*user generated content*)

Konten oleh pengguna atau yang disebut *user generated content* (UGC) merupakan karakteristik yang menunjukkan bahwa konten pada media sosial sepenuhnya telah menjadi milik dari pengguna maupun pemilik akun. Pada dasarnya konten oleh pengguna ini juga dapat diartikan bahwa khalayak juga dapat mengkonsumsi informasi melalui konten yang diproduksi oleh pengguna lain. Dalam hal ini, para anggota komunitas Alpas.id mengonsumsi konten dan informasi yang dibagikan oleh Alpas.id.

6. Penyebaran (*share/sharing*)

Penyebaran merupakan aktivitas berbagi yang dilakukan oleh pengguna akun atau sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya. Pada komunitas Alpas.id, proses penyebaran konten dibagikan melalui *feeds*, *story*, dan *live*.

Instagram juga menawarkan ragam fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan mengontrol akun pribadi mereka. Instagram dikenal sebagai aplikasi berbagi foto dengan menerapkan filter digital untuk dapat mengubah tampilan foto, serta mendistribusikannya ke ragam layanan media sosial, salah satunya akun Instagram. Namun dari sekian banyak fitur yang dimiliki Instagram berikut fitur-fitur yang perlu dipahami oleh pembaca dalam penelitian ini:

a. Pengikut (*followers*)

Fitur pengikut merupakan fitur yang memungkinkan sebuah akun dapat saling mengikuti pengguna lain serta memudahkan akun yang diikuti maupun yang saling mengikuti untuk saling berbagi informasi melalui konten-konten. Adapun memungkinkan untuk melakukan interaksi satu sama lain melalui fitur *like*, *comment*, dan *share*.

b. Mengunggah Foto dan Video

Mengunggah dan berbagi foto merupakan fungsi utama dari Instagram, foto atau video dapat dibagikan melalui kamera langsung maupun yang sudah tersimpan pada galeri sebuah perangkat *smartphone*.

c. Keterangan Foto (*caption*)

Setelah proses *editing*, foto ataupun video dibawa ke halaman untuk diberi keterangan dengan menggunakan teks. Pengguna dapat mengunggah foto maupun video tersebut dengan menyebutkan (*mention*) pengguna lain dengan menuliskan nama akun Instagram akun tersebut, selain itu juga dapat memberikan *hashtag*.

d. Arroba (@)

Sama halnya dengan media sosial lain, seperti Facebook dan Twitter, Instagram juga memiliki fitur yang memungkinkan pengguna agar dapat menandai pengguna lain dengan menuliskan tanda arroba (@) disertai nama akun pengguna lain. Tentunya para pengguna tidak hanya dapat menandai pengguna lain di dalam judul foto namun juga bisa menuliskannya di bagian kolom komentar foto atau unggahan.

● e. Geotagging

Pada bagian *page* yang sama, pengguna dapat menuliskan teks (*caption*), dan menambahkan lokasi atau tempat foto atau video tersebut diambil.

f. Jejaring Sosial

Pada bagian ini, pengguna tidak hanya terbatas dapat membagikannya melalui Instagram saja, namun juga memungkinkan pengguna membagikan foto/video ke akun media sosial lain yang terhubung ke halaman media sosial Instagram. Sehingga secara otomatis dapat terunggah dalam waktu yang bersamaan.

g. Like

Salah satu fitur Instagram yang dipergunakan untuk memberi respon sebuah foto/video yang dibagikan oleh pengguna lain. Fitur ini dapat mengungkapkan rasa suka terhadap unggahan yang dibagikan hanya dengan memberikan *like*.

h. Comment

Selain terdapat fitur *like*, selanjutnya Instagram juga memiliki fitur *comment* dengan menggunakan teks untuk merespon foto atau video yang dibagikan yang tersedia pada kolom komentar.

i. Share

Setiap pengguna dapat menggunakan fitur *share* yang dapat membantu pengguna untuk membagikan konten-konten foto/video yang dibagikan oleh akun lain kepada sesama pengikutnya.

j. *Explore*

Fitur ini memungkinkan foto/video yang dibagikan oleh pengguna akun lain masuk ke dalam halaman *explore*, sehingga foto/video tersebut dapat dikatakan populer dikalangan *followers* pemilik akun jika foto atau video masuk ke halama *explore*.

k. Instagram *Story*

Pada fitur ini tentu memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto atau video secara *real time* dan hanya bertahan selama 24 jam.

l. Instagram TV

Beda halnya dengan fitur Instagram lain, IGTV (*Instagram Television*) tentu memungkinkan pengguna untuk dapat mengunggah video secara vertikal dengan durasi maksimal 60 menit.

Dalam penelitian ini, Instagram merupakan *platform* yang digunakan oleh komunitas @alpas.id untuk menjalankan kegiatannya dan membangun interaksi dengan sesama anggota komunitasnya. Melalui kelebihan yang dimiliki Instagram, @alpas.id tentu dapat menampilkan konten-konten yang disesuaikan dengan fitur yang dimiliki oleh Instagram.

2.2.5. Kesehatan Mental

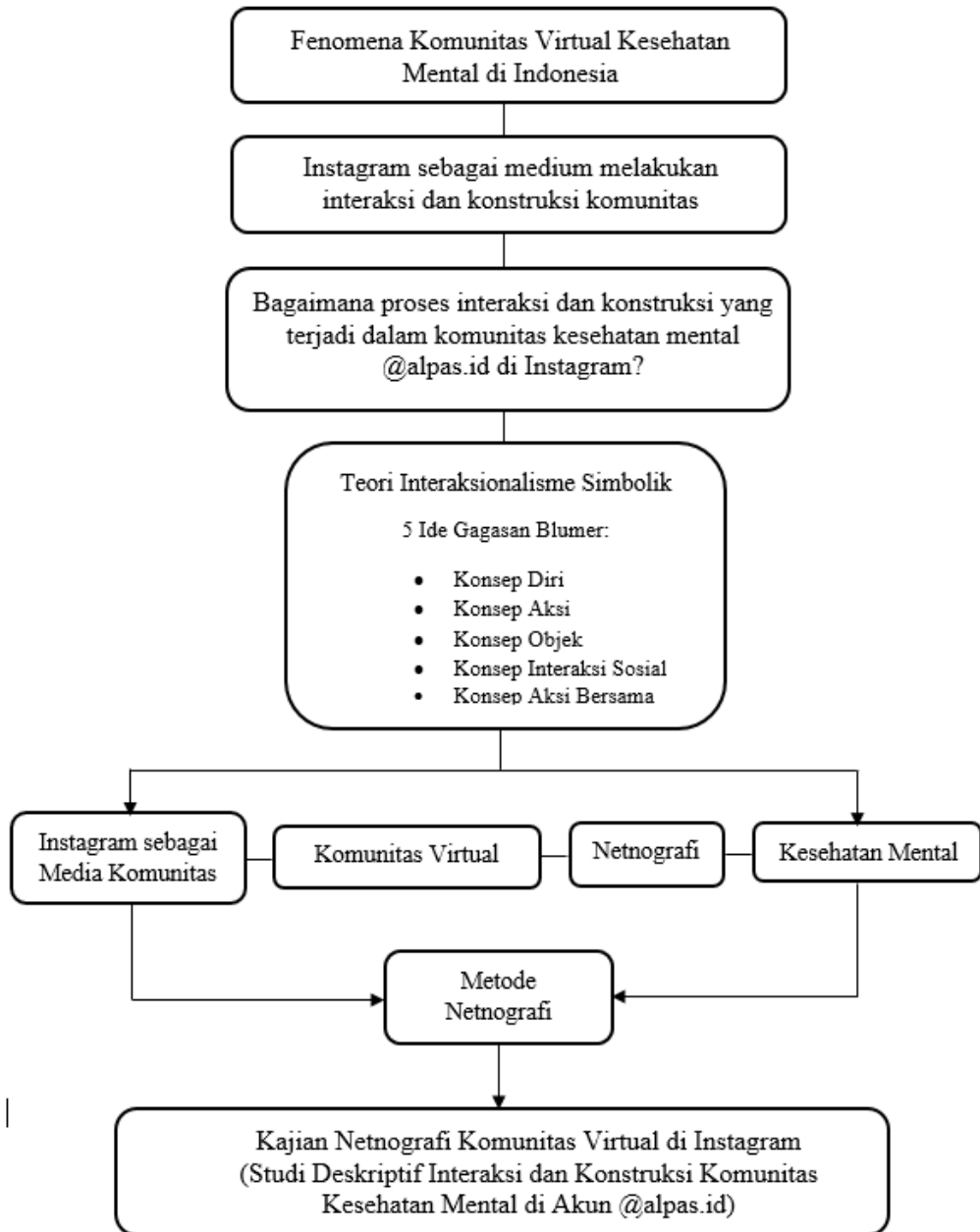
Sehat mental dalam hal ini dapat dijelaskan sebagai suatu kondisi dimana mental dikatakan baik ketika seseorang mempunyai motivasi untuk memiliki hidup yang berkualitas (laras dengan nilai-nilai agama dan budaya), baik dalam kehidupan pribadi, keluarga, kerja/profesi, maupun sisi kehidupan lainnya (Yusuf, 2018, p. 25). Sama halnya dengan kesehatan fisik, sehat mental tentu menjadi salah satu faktor penting dalam fase kehidupan seseorang. Kesehatan mental juga dapat dikategorikan pada upaya-upaya atasi stres, hubungan sosial, dan proses pengambilan keputusan. Bahkan kesehatan mental ini bersifat fluktuatif antar satu individu dengan individu lainnya.

Mental sendiri berasal dari kata latin, yakni mens atau mentis dimana memiliki makna jiwa, nyawa, roh. Sedangkan hygiene berasal dari kata Yunani untuk menunjukkan suatu kegiatan yang bertujuan mencapai kesehatan dapat dijelaskan bahwa ilmu sehat secara mental merupakan ilmu yang berbicara tentang kehidupan mental manusia yang memandang manusia sebagai totalitas psikofisik yang kompleks (Putri O. , 2018).

Menurut *Sixty-sixth Health Assembly* (Shute & Slee, 2016) sehat mental merupakan keadaan seseorang yang sejahtera (*state of wellbeing*) dimana hal tersebut ditandai oleh kemampuan untuk dapat merealisasikan kemampuannya dalam mengatasi stres, dapat bekerja dengan produktif, dan sukses serta dapat terlibat langsung dengan masyarakat. Selanjutnya Sigmund Freud menjelaskan bahwa sehat mental merupakan kemampuan individu untuk dapat melakukan pekerjaan, dan bercinta (*the capacity to work and to love*) (Yusuf, 2018, p. 28).

- Seperti halnya orang dewasa, anak bahkan remaja pun yang dapat mengalami masalah kesehatan mental akibat yang seringkali secara tidak langsung dapat berpengaruh pada cara mereka berpikir, merasa, dan juga bertindak. Masalah kesehatan mental ini juga dapat menyebabkan kegagalan studi, konflik dengan keluarga, penggunaan obat-obatan terlarang, kriminalitas, dan bunuh diri. Tidak hanya itu, masalah kesehatan mental juga dapat menjadi penghambat individu tersebut untuk menjadi individu yang produktif, bahkan depresi, cemas, hiperaktif, dan gangguan makan (Yusuf, 2018, p. 109).

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Alur berpikir pada penelitian ini berawal dari fenomena hadirnya komunitas virtual kesehatan mental Indonesia, dimana Instagram menjadi media sosial yang dipilih oleh komunitas untuk dapat melakukan suatu interaksi dan konstruksi komunitas kesehatan mental di akun @alpas.id. Sehingga dalam penelitian ini, akan lebih berfokus pada bagaimana proses terjadinya interaksi dan konstruksi pada komunitas kesehatan mental Indonesia di akun Instagram

@alpas.id. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori interaksionalisme simbolik yang diperkenalkan oleh Herbert Blumer. Teori tersebut merupakan turunan dari pemikiran George Herbert Mead. Teori ini berasumsi bahwa manusia pada dasarnya berupaya menciptakan makna dari proses komunikasi, teori ini juga memiliki fokus bahwa pentingnya konsepsi diri & persepsi individu atas dasar interaksi yang dibangun dengan individu lainnya.

Sehingga, peneliti akan menggunakan 5 ide gagasan konsep Herbert Blumer, yakni Pertama, **konsep diri (*self*)** dimana memiliki arti bahwa manusia merupakan individu yang dapat memposisikan dirinya sebagai objek sehingga selain dapat berdialog dengan individu lain juga dapat berdialog dengan dirinya sendiri. Pada penelitian ini, anggota komunitas penting untuk melakukan interaksi dengan para anggota komunitas tetapi penting juga dengan untuk berkomunikasi dengan diri mereka sendiri sehingga mampu untuk mengkonsepsi diri menjadi bagian dari komunitas.

Kedua, konsep **aksi (*action*)** terbentuk dalam dan atas dasar terjadinya proses interaksi dengan diri sendiri sehingga menjadikannya berbeda dengan makhluk yang lain. Konsep ini berasumsi bahwa tindakan individu tidak sepenuhnya didorong oleh hal yang bersifat dalam (alamiah) dan tidak sepenuhnya merupakan hasil dorongan dari faktor yang bersifat eksternal.

Ketiga, **konsep objek (*object*)** dalam hal ini terbagi atas dua, yakni objek fisik dan objek *construct* (hasil imajinasi). Objek fisik tersebut merupakan hal-hal yang dapat dilihat secara kasat mata. Namun, objek *construct* adalah objek yang tidak terlihat secara kasat mata tetapi ada.

Keempat, **konsep interaksi sosial** dimana dalam konsep ini tidak hanya sekadar ketika seorang individu melakukan proses interaksi dengan individu lain, lebih dari itu dimana ketika seseorang dapat terlibat secara langsung atau bergerak dalam sebuah kegiatan atau suatu interaksi sosial tertentu, seperti pada berbagai aktivitas komunitas baik *online* ataupun *offline*.

Kelima, **konsep aksi bersama (*join action*)** ketika seseorang melakukan interaksi sosial, sehingga tiap individu dapat mengkonsepsi diri mereka masing-masing. Maka hal tersebut dapat dijelaskan bahwa proses negosiasi yang dilakukan antar satu individu dengan individu lainnya. Kelima konsep ini

tentunya digunakan peneliti untuk menjelaskan bentuk interaksi dan konstruksi yang terjadi pada komunitas virtual kesehatan mental di akun Instagram *alpas.id*.

Penelitian ini menggunakan metode netnografi dengan pendekatan kualitatif serta paradigma konstruktivisme. Menurut Kozinets, netnografi berupaya mengkaji tatanan sosial dan pola dari interaksi dengan anggota komunitas yang disebut aktor (*nodes*) dan relasi antar anggota (*tie*) (Kozinets, 2015). Penelitian dengan metode tersebut tidak membutuhkan waktu yang lama namun memiliki tertentu tertentu hingga pola interaksi pada sebuah komunitas dapat dijelaskan. Sedangkan paradigma konstruktivisme memiliki asumsi bahwa realitas maya yang dikaji oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang atau kebenaran bersifat relatif. Melalui penggunaan metode netnografi tersebut, peneliti dapat melakukan kajian netnografi komunitas virtual di Instagram yang berfokus pada interaksi dan konstruksi komunitas kesehatan mental di akun Instagram *@alpas.id*.



