

BAB I

PENDAHULUAN

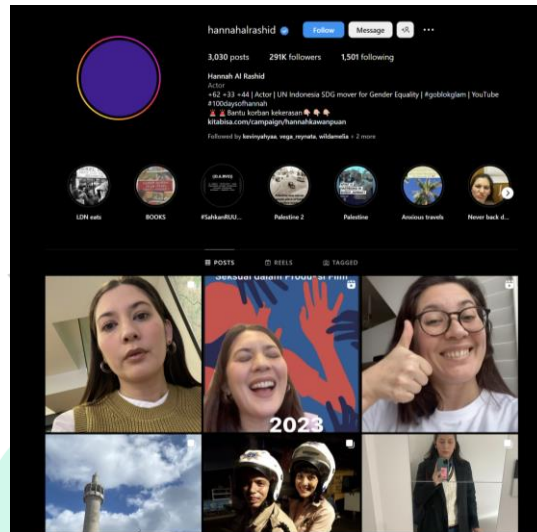
1.1. Latar Belakang Masalah

Influencer merupakan *figure* atau sosok di sosial media dengan jumlah pengikut yang cukup signifikan atau banyak, selain itu pula hal yang disampaikan oleh mereka dapat berpengaruh terhadap sikap ataupun perilaku dari para pengikutnya tersebut (Hariyanti & Wirapraja, 2018). Kemudian Brown & Hayes (2016) mengatakan bahwa *influencer* adalah seseorang yang membentuk suatu keputusan pembelian secara signifikan para pelanggannya, namun kemungkinan pula pernah turut bertanggung jawab.

Definisi *Influencer* lainnya yaitu individu dengan audiens ataupun *followers* yang jumlahnya cukup banyak, kemudian ia memiliki kekuatan cukup besar dalam mempengaruhi pengikutnya tersebut (Anjani&Irwansyah, 2020). Menurut Ramadhan&Kurniasari (2018), hubungan yang lebih dekat dengan pengikut atau audiens dapat dibangun oleh *Influencer* dibandingkan oleh perusahaan. Para pengikut *influencer* pun mengikuti seringkali dikarenakan kebutuhan dalam kehidupan mereka. Seperti misalnya, seorang pengguna *Instagram* mengikuti *influencer* yang seringkali membagikan unggahan mengenai rekomendasi makanan, hal tersebut dikarenakan pengikut *Instagram* itu senang wisata kuliner dan membutuhkan rekomendasi tempat-tempat makan yang sedang tren. Berdasarkan hal tersebut, apa yang diunggah oleh *influencer* tersebut mempengaruhi pengikutnya dalam hal kognitif, afektif, serta *behaviour* mereka (Belance, 2021).

Hannah Al Rashid menjadi salah satu *influencer* yang terkenal cukup vokal dalam hal menyuarakan hak-hak perempuan, ia seringkali membahas keadilan yang secara khusus harusnya dimiliki oleh perempuan. Untuk beberapa aktivis perempuan, mereka menyatakan bahwa Indonesia saat ini masih darurat akan kasus kekerasan terhadap perempuan. Hannah Al Rashid memiliki fokus isu

yaitu perihal perempuan sehingga konten yang dibagikannya di dalam media sosial *Instagram* cukup banyak mengangkat isu perempuan.



Gambar 1. 1. Foto Hannah Al Rashid (*Instagram* @Hannahalrashid, 2022)

Penulis memilih *influencer* Hannah Al Rashid dikarenakan penulis ingin menganalisa isi konten dari *macro influencer*. Menurut Oddie Randa (Moedasar, 2022), *influencer* dapat terbagi berdasarkan jumlah pengikutnya di sosial media menjadi tiga kategori, yaitu meliputi: 1) *Nano-influencer*, yaitu *influencer* yang memiliki jumlah pengikut di bawah 10.000 akun; 2) *Micro-influencer*, yaitu *influencer* yang memiliki jumlah pengikut sebesar 10.000 hingga 100.000 akun; dan 3) *Macro-influencer*, yaitu *influencer* yaitu *influencer* yang memiliki jumlah pengikut lebih dari 100.000 akun. Dalam hal ini, Hannah Al Rashid merupakan *influencer* dengan jumlah pengikut di *Instagram*-nya sebesar 291K di mana tergolong sebagai *macro influencer*.

Selain itu, Hannah Al Rashid ini terbilang aktif menyuarakan perihal isu antikekerasan terhadap perempuan dengan mengunggah berbagai konten di sosial media *Instagram* miliknya. Sepanjang periode Januari 2020 – Maret 2022, Hannah Al Rashid sudah mengunggah postingan mengenai kampanye antikekerasan terhadap perempuan dengan mendesak pemerintah untuk mengesahkan sebanyak 61 postingan. Beberapa *influencer macro* lainnya seperti Dian Sastro, Cinta Laura, Ayushita, Tara Basro, dan Melanie Soebono yang juga kerap diberitakan mendukung antikekerasan terhadap perempuan, hanya memiliki

kurang dari sepuluh unggahan mengenai kampanye antikekerasan terhadap perempuan pada periode tersebut.

Menurut data Komnas Perempuan, sebanyak 431.471 kasus kekerasan terhadap perempuan terjadi sepanjang 2019 (Komnas PP, 2019). Jumlah tersebut naik sebesar 6 persen dari tahun sebelumnya, yakni 406.178 kasus dan angka kekerasan terhadap perempuan masih terbilang tinggi (Komnas PP, 2019). Kasus kekerasan seksual di Indonesia yang masih sangat tinggi, bahkan hingga pada hari ini banyak sekali kasus-kasus kekerasan seksual di lingkungan pembelajaran, mulai dari sekolah dasar hingga pada perguruan tinggi, dan para pelakunya rata-rata dari para oknum guru hingga dosen (Rachman, 2021). Hal-hal inilah yang membuat para korban takut untuk *speak up* terkait dengan kekerasan yang dilakukan oleh para oknum guru dan dosen. Terlebih lagi dengan kurangnya kepastian dan perlindungan hukum di negara Indonesia membuat para korban semakin takut untuk *speak up* terkait dengan kekerasan seksual yang dialaminya (Rachman, 2021).

Media sosial kini telah menjelma bagi banyak orang sebagai kebutuhan sehari-hari tanpa memandang kalangan dan umur. Terdapat berbagai macam jenis media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan lain sebagainya. Adapun media sosial tersebut masing-masing memiliki keunggulannya tersendiri, namun fungsi mereka tetaplah sama, yaitu untuk memudahkan masyarakat berkomunikasi secara efektif dan juga efisien. Jika dilihat melalui kaca mata perkembangan teknologi media, media sosial menjadi salah satu bukti adanya kemajuan teknologi komunikasi yang berpengaruh bagi perkembangan masyarakat, tidak terkecuali di masyarakat Indonesia (Yoga, 2018). Indonesia juga tidak dapat dipungkiri merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki kemajuan media sosial cukup pesat.

Bentuk visual konten pada *instagram* menurut Noviani (2022) terdiri dari berbagai bentuk visual, meliputi foto dokumentasi, foto kutipan, poster, video, infografis, kolase, dan meme. Para *influencer* ini mengunggah konten pesan antikekerasan pada perempuan dalam berbagai bentuk visual konten di Instagramnya. Hannah Al Rashid lebih banyak mengunggah bentuk visual konten foto dokumentasi, meme serta sedikit video.

Menurut Sulisti, kata *Instagram* merupakan gabungan dari kata “*instant camera*” dan “*telegram*” (Sulisti, 2021). Kepopuleran yang menjadikan aplikasi ini sebagai media ekspresi orang-orang untuk segala hal dengan mudah. Hingga ini, *Instagram* telah menjadi wadah bagi segala kalangan masyarakat dalam menyampaikan ide, aspirasi serta gagasan-gagasan dengan penyertaan foto serta video dalam muatan setiap konten (Sulisti, 2021). Jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia per Oktober 2022 adalah sebanyak 97,38 juta orang, jumlahnya meningkat 7% jika kita bandingkan dengan setahun sebelumnya yaitu sebanyak 91,01 juta pengguna (Rizaty, 2022).



Gambar 1.2. Infografis Kekerasan Terhadap Perempuan (Katadata, 2022)

Salah satu strategi menyebar luaskan pesan di *Instagram* yang efektif adalah melalui *Influencer*. Berbagai pesan melalui *Instagram* dilakukan oleh beberapa *influencer* dengan mengangkat isu mengenai kekerasan terhadap perempuan. Dasar pemikiran dijadikannya perempuan dan anak menjadi segmentasi masyarakat yang ingin dilindungi karena sudah bukan rahasia umum lagi bahwa kasus kekerasan pada anak dan perempuan semakin meningkat sejak masa pandemi. Aplikasi kekerasan terhadap anak dan perempuan yang terjadi di Indonesia bukan merupakan kasus baru, melainkan kasus yang sudah lama dan sering terjadi. Komnas Perempuan pada Januari s.d November 2022 telah menerima 3.014 kasus kekerasan berbasis gender terhadap perempuan, termasuk

860 kasus kekerasan seksual di ranah publik/komunitas dan 899 kasus di ranah personal. Jumlah pengaduan masih akan terus bertambah, termasuk ke lembaga pengada layanan yang dikelola oleh masyarakat sipil maupun UPTD P2TP2A (Rachman, 2021).

Pesan menurut Kotler yaitu sebuah perangkat symbol yang dikirimkan oleh seseorang (Kotler&Keller, 2018). Ada definisi lain menurut Effendy (2015), yaitu bahwa pesan adalah sekumpulan simbol dengan makna yang disampaikan oleh medium. Menurut Prasetyawati (2015) Widjaja, sebuah pesan memerlukan strategi pengemasan agar berhasil disampaikan tepat sesuai dengan maksud asli komunikator.

Pesan juga dapat dilihat berdasarkan bentuk atau formatnya, A.W. Dalam Widjaja dan M. Arisyk Wahab Prasetyawati (2015), terdapat tiga bentuk pesan yaitu informatif, persuasif dan koersif. Bentuk pesan informatif di mana keterangan fakta dan data diberikan lalu komunikasi menyimpulkan serta membuat keputusan. Sedangkan bentuk pesan *persuasive* adalah bujukan dengan mempengaruhi pengertian serta kesadaran seseorang untuk merubah sikap atau pandangannya terhadap suatu hal. Terakhir, ada bentuk pesan koersif, di mana pesan yang disampaikan diberlakukan sanksi. Bentuk transmisi yang akrab pada dasarnya terdiri dari agitasi dan penekanan, yang menciptakan tekanan internal dan ketakutan pada audiens.

Penelitian ini akan menganalisis mengenai bagaimana pengemasan konten antikekerasan terhadap perempuan yang dilakukan oleh *influencer* Hannah Al Rashid pada Instagram miliknya. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan konsep tema pesan, bentuk pesan, dan bentuk visual konten. Pengertian analisis isi merupakan suatu metode uji sistematis yang dapat direplikasi melalui symbol-simbol komunikasi di mana symbol tersebut akan diberi numerik didasari oleh pengukuran valid dan juga analisis dengan *statistic method* dengan tujuan menggambarkan isi komunikasi, kemudian kesimpulan akan dibentuk, dan konteks akan diberikan (Eriyanto, 2013).

Dalam penelitian ini, terdapat empat penelitian terdahulu yang digunakan di mana penelitian tersebut mengangkat topik yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian pertama berjudul *Strategi Content Division* dala

Pengemasan Konten Media Sosial Pada Akun Instagram Kompascom oleh Diana Rizki Dwi Prastiwi tahun 2020. Kemudian, penelitian kedua berjudul Penyebarluasan Pesan Toleransi: Analisis Isi Konten Instagram, #meyakinimenghargai oleh Yohanes Thianika Budiarsa tahun 2022. Penelitian ketiga berjudul Strategi Pesan Persuasif di Media Sosial Instagram @somethincofficial oleh Chintya Tania dan Vina Benita Laksono tahun 2022. Penelitian terakhir berjudul Pengemasan Informasi pada Konten Instagram @lsprjakarta dalam Mengkomunikasikan Pesan Selama Pandemi COVID-19. Dalam penelitian terdahulu, ditemukan bahwa beberapa penelitian mengenai pengemasan konten disebutkan bahwa konten yang diunggah lebih bersifat persuasive dengan menggunakan fitur-fitur *Instagram* seperti *stories*, *feed instagram*, *hashtag*, *caption*, *comment* dan *direct message*. Sedangkan penulis dalam penelitian ini menggunakan bentuk visual konten seperti infografis, foto kutipan, foto dokumentasi, kolase, meme, video, dan poster.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisa bagaimana Hannah Al Rashid sebagai *influencer* mengemas pesan antikekerasan pada perempuan melalui konten media sosial *Instagram*-nya dalam periode waktu Januari 2020 – Maret 2022.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tema pesan antikekerasan pada perempuan yang dilakukan oleh Hannah Al Rashid melalui media sosial Instagram pada periode waktu Januari 2020 hingga Maret 2022?
2. Bagaimana bentuk pesan antikekerasan pada perempuan yang dilakukan oleh Hannah Al Rashid melalui media sosial Instagram pada periode waktu Januari 2020 hingga Maret 2022?

3. Bagaimana bentuk visual konten antikekerasan pada perempuan yang dilakukan oleh Hannah Al Rashid melalui media sosial Instagram pada periode waktu Januari 2020 hingga Maret 2022?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut:

1. Mengetahui tema pesan antikekerasan pada perempuan yang dilakukan oleh Hannah Al Rashid melalui media sosial Instagram pada periode waktu Januari 2020 hingga Maret 2022.
2. Mengetahui bentuk pesan antikekerasan pada perempuan yang dilakukan oleh Hannah Al Rashid melalui media sosial Instagram pada periode waktu Januari 2020 hingga Maret 2022.
3. Mengetahui bentuk visual konten antikekerasan pada perempuan yang dilakukan oleh Hannah Al Rashid melalui media sosial Instagram pada periode waktu Januari 2020 hingga Maret 2022?

1.4. Manfaat Penelitian

Setelah mengkaji penelitian ini, diharapkan hasil yang diperoleh dapat bermanfaat. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dibagi menjadi dua kategori, antara lain sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Akademis

Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi untuk diteliti kembali dalam bidang ilmu komunikasi yang berhubungan dengan komunikasi persuasif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuan berpikir ilmiah melalui

penelitian dan penulisan ilmiah, serta melatih kemampuan dan potensi dalam pengembangan aplikasi praktis di perkuliahan yang telah dijalani pada konsentrasi *Public Relation* di Universitas Pembangunan Jaya. Mahasiswa *Public Relation* diharapkan dapat memahami mengenai analisis isi terhadap konten pada media sosial melalui penelitian ini.

1.4.2. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para *influencer* dalam melakukan pengemasan pesan di sosial media, khususnya mengenai bagaimana seorang *influencer* dapat membuat konten untuk menyampaikan terkait isu kekerasan terhadap perempuan dilihat dari tema pesan, bentuk pesan dan bentuk visual konten. Sedangkan bagi masyarakat sendiri hasil penelitian ini dapat menjadi wacana mengenai kekerasan terhadap perempuan sehingga dapat mempersuasi masyarakat untuk lebih peduli dengan isu tersebut.