

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

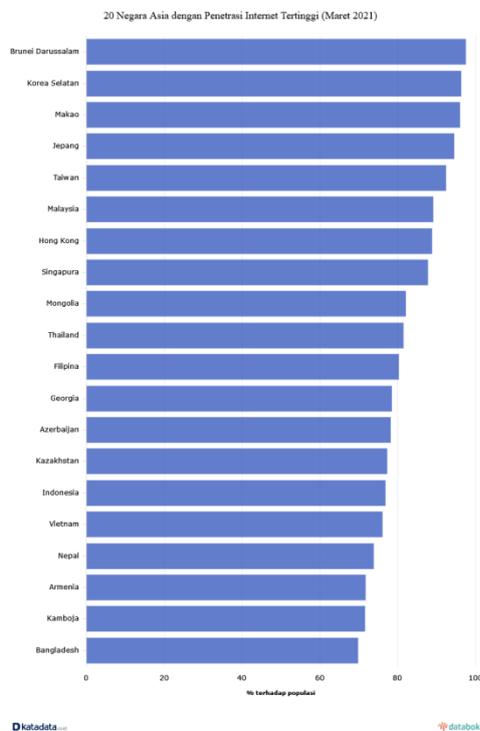
Komunikasi adalah elemen krusial yang digunakan untuk bersosialisasi dalam kehidupan sehari-hari. Seperti yang dikemukakan oleh Devito (2011) bahwa, “Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan, terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik” (Devito, 2011). Proses komunikasi melibatkan 4 komposisi utama, yaitu; Pertama, pengirim adalah pengirim pesan dan dalam praktiknya, agen atau konsultan dikatakan dapat melakukan pekerjaan atas nama pengirim. Kedua, pesan adalah informasi dan fakta yang diinginkan pengirim. Ketiga, media adalah saluran atau wadah yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan yang tanpanya tidak akan ada komunikasi. Bentuk media bisa bermacam-macam. Keempat, penerima adalah orang-orang yang menerima pesan tersebut (Mulyana, 2015).

Pada kuartal pertama 2020, seluruh dunia termasuk Indonesia ditimpa pandemi *COVID-19*. *COVID-19* merupakan jenis virus baru yang menyebar dengan cepat dari satu manusia ke manusia lainnya dan menyebabkan efek serius pada tubuh penderitanya. Dikarenakan angkanya yang terus meningkat, maka dari itu beberapa negara termasuk Indonesia menerapkan *social distancing*. Dalam aturan *social distancing*, masyarakat diimbau untuk menjaga jarak dan membatasi pertemuan-pertemuan antar individu atau menjauhi kerumunan. Hal ini tentunya menyebabkan komunikasi secara langsung antar individu menjadi terbatas karena adanya aturan yang mengatur pembatasan pertemuan baik antar individu maupun antar kelompok. Solusi untuk komunikasi secara langsung ini bisa diinisiasi dengan komunikasi secara daring.

Perkembangan teknologi menyebabkan komunikasi dapat dilakukan secara jarak jauh dengan menggunakan internet. Morissan (2014) mengemukakan “A world wide means of exchanging information and communicating through a series of interconnected computers (metode yang mendunia untuk saling tukar menukar informasi dan berkomunikasi melalui komputer yang saling terkoneksi).” Internet memungkinkan setiap orang yang memiliki perangkat yang terhubung dengan internet bisa berkomunikasi dengan siapa saja, dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu (Morissan, 2014).

Adanya pembatasan aktivitas pertemuan antar orang, membuat aktivitas secara daring meningkat terbukti dengan data yang dihimpun dari Internetworldstats, bahwasannya internet Indonesia mengalami terobosan kenaikan pada akhir Maret 2021 sebesar 76,8 persen dari keseluruhan populasi. Data tersebut juga mencakup jumlah pengguna internet di Indonesia angkanya mencapai hingga 212,35 juta dari perkiraan keseluruhan populasi sebesar 276,3 juta jiwa (Kusnandar, 2021)

**Gambar 1. Daftar 20 Negara Asia Pengguna Internet Tertinggi**

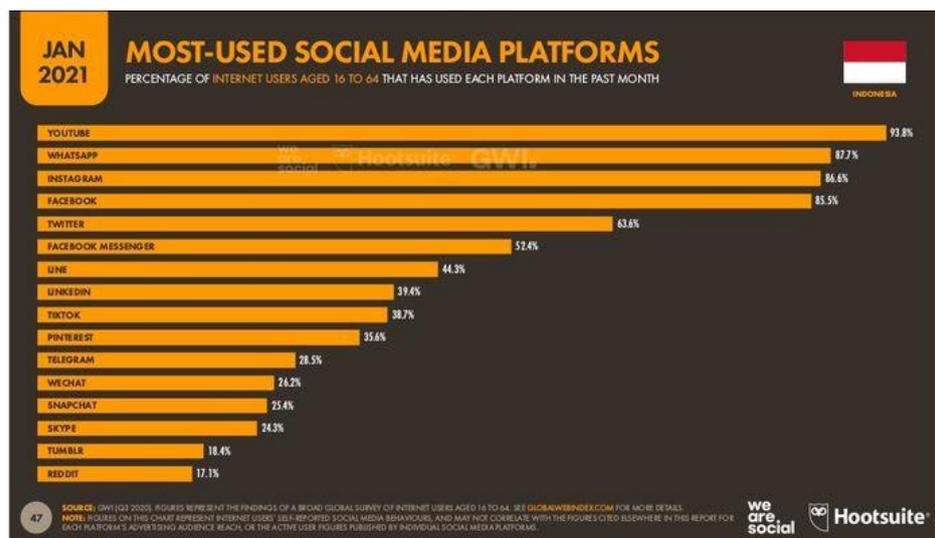


Sumber: (Kusnandar, 2021)

Bukan hanya kenaikan internet, media sosial juga mengalami kenaikan yang signifikan pada masa pandemi 2021 ini seperti hasil riset yang dijabarkan oleh *We Are Social* bahwa pengguna media sosial di Indonesia berjumlah 61,8 persen dari keseluruhan populasi terhitung pada Januari 2021. Angka ini disebut meningkat sebesar 10 juta, atau naik hingga 6,3 persen jika dibandingkan dengan tahun lalu. Pada laporan riset tersebut juga menyebutkan bahwa kebanyakan orang Indonesia mengakses media sosial sebanyak 3 jam 14 menit per harinya (Stephanie, 2021). Pada abad ini juga, media sosial semakin bervariasi dan mewarnai pengaruhnya ke semua penggunanya, salah satunya adalah *Twitter*.

*Twitter* merupakan salah satu media sosial yang paling banyak diminati beberapa tahun terakhir, berdasarkan data yang dikutip dari *Bloomberg*, “Pada kuartal keempat lalu, pengguna aktif harian *Twitter* mencapai 192 juta. Angka tersebut dinilai oleh Srinivasan naik 26 persen dibandingkan tahun sebelumnya.” (CNN, 2021). Sedangkan di Indonesia sendiri, pengguna *Twitter* mencapai angka sebesar 14,05 juta dalam kurun waktu hingga Januari 2021 (Rizaty, 2021). *Twitter* menduduki peringkat ke-5 untuk media sosial paling populer di Indonesia. Berikut data yang mendukung pernyataan tersebut :

**Gambar 2 Media Sosial Paling Populer di Indonesia**



Sumber: (Stephanie, 2021)

Herawati, 2022

**PERAN MEDIA SOSIAL PADA KONTEN AKUN TWITTER @TXTDRBERSERAGAM DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK PADA PROFESI ABDI NEGARA (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA FOLLOWERS @TXTDRBERSERAGAM)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[ <https://www.upnvj.ac.id> - <http://library.upnvj.ac.id> - <https://repository.upnvj.ac.id> ]

Seperti yang tertera pada data di atas, *Twitter* tidak menempati tempat pertama, tetapi meski begitu *Twitter* dinilai memiliki dampak dengan cakupan yang lebih luas. *Twitter* seringkali dianggap media sosial yang lebih mudah untuk dipakai sebagai wadah menuangkan segala pendapat atau curahan tentang aktivitas para penggunanya dikarenakan akses dan fitur-fiturnya yang mudah. Kelebihan lain *Twitter* adalah akun penggunanya dapat memiliki pengikut yang tidak terbatas, komunikasi yang terjadi relatif sangat cepat karena dapat dengan bebas membalas cuitan akun lain atau mengirim pesan pribadi secara real time, publikasi tweet-nya pun cakupannya luas, serta adanya timbal balik antar penggunanya sehingga informasi yang tersebar di *Twitter* dapat menjadi topik perbincangan. Bukan hanya itu, *Twitter* juga memiliki fitur pencarian yang memungkinkan penggunanya tak hanya dapat mencari akun orang lain tetapi dapat mencari topik tertentu seperti halnya *Google*.

*Twitter* memfasilitasi sifat naluriah manusia yang mana ingin diperhatikan dan memperhatikan terbukti dari fiturnya yang tidak membatasi jumlah pengikut akun tertentu. Fitur lain yang mengharuskan penggunanya untuk menyampaikan pesan dengan langsung ke poinnya, jelas dan ringkas yaitu fitur jumlah karakter cuitan yang memiliki limit 280 karakter. *Twitter* memberikan kebebasan kepada para penggunanya untuk mengutarakan pendapatnya tentang berbagai isu. Dikarenakan kontennya yang mudah untuk dibagikan dan dibaca, maka *Twitter* menjadi media sosial yang lebih menarik perhatian dan memicu keterlibatan pembacanya jika dibandingkan dengan artikel media massa yang kompleks. Menurut Hermawanti (2021), “Pengguna *Twitter* adalah orang dengan karakter yang memiliki sikap kritis terhadap berbagai persoalan (Hermawanti et al., n.d., 2021)

Pada kenyataannya, persoalan-persoalan yang menjadi *trending topic* di *Twitter* seringkali dipelopori oleh akun-akun anonim yang tidak memakai identitas asli mereka. Salah satu akun *Twitter* dengan konten yang menarik perhatian publik pengguna *Twitter* adalah akun @txtdrberseragam. Jika dilihat pada akun tersebut, rata-rata konten yang diunggah mendapat setidaknya ribuan *reply*, *retweet*, dan *likes* dari para pengikutnya. Meskipun baru dibuat pada Februari 2020, akun @txtdrberseragam sudah memiliki pengikut sebanyak 691.600. Akun

@txtdrberseragam termasuk ke dalam akun *base* atau dengan kata lain bukan akun perorangan yang secara khusus kontennya adalah membahas perilaku *nyeleneh* Abdi Negara, baik oknum ataupun orang yang memang benar-benar abdi negara. Konten-konten tersebut didapat oleh akun @txtdrberseragam melalui kiriman pesan dari para pengikutnya.

**Gambar 3. Profil akun Twitter @txtdrberseragam**



Sumber: (Txtdrberseragam, 2022)

Akun @txtdrberseragam memungkinkan para pengikutnya untuk dengan bebas menyampaikan opini mereka atau berdiskusi melalui fitur *reply* atau *quote tweet*. Dengan adanya kecepatan *tweet*, interaksi antar pengguna, hingga banyaknya pengikut pada akun tersebut memungkinkan kurangnya kontrol terhadap informasi dan kredibilitas sumber konten *tweet* oleh para pengguna yang membaca atau memberikan reaksi pada konten tersebut. Isu-isu dan berbagai sudut pandang akan disebarkan melalui konten *Twitter* dan menimbulkan adanya opini-opini tertentu. Konten-konten yang diangkat oleh @txtdrberseragam bisa saja menimbulkan berbagai opini dari para audiens yang terkena terpaannya, baik itu negatif maupun positif.

Berikut adalah konten-konten yang diunggah oleh @txtdrberseragam pada akunnya beserta tanggapan (opini) dari para pengikutnya:

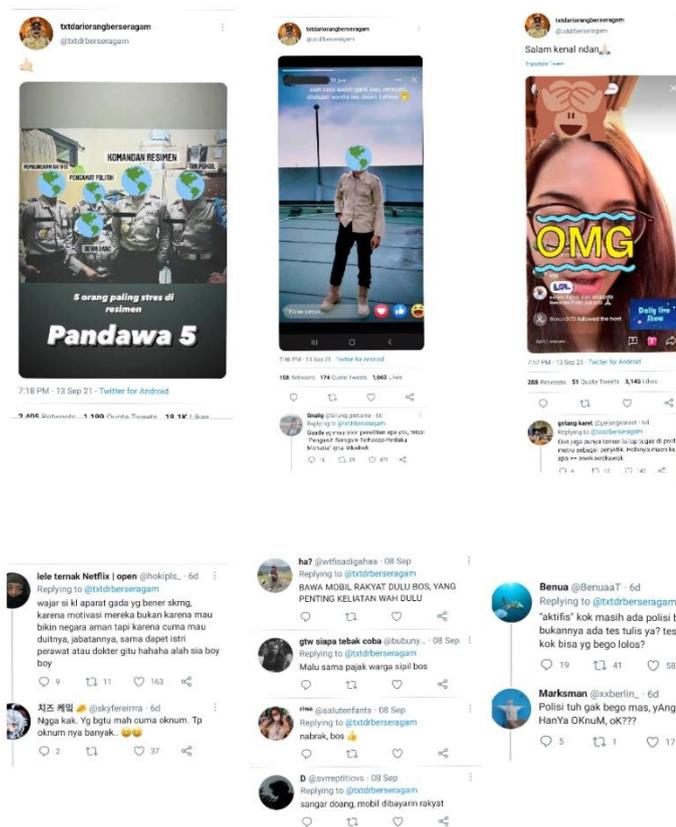
Herawati, 2022

**PERAN MEDIA SOSIAL PADA KONTEN AKUN TWITTER @TXTDRBERSERAGAM DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK PADA PROFESI ABDI NEGARA (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA FOLLOWERS @TXTDRBERSERAGAM)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[ <https://www.upnvj.ac.id> - <http://library.upnvj.ac.id> - <https://repository.upnvj.ac.id> ]

Gambar 4. Konten dan tanggapan *tweet* dari akun @txtdrberseragam



Sumber: (Txtdrberseragam, 2022)

Penelitian terdahulu yang membahas tentang peran media sosial dalam membentuk opini ditinjau dari studi etnografi virtual juga pernah dilakukan oleh (Annas et al., 2019) dengan hasil penelitiannya yaitu polarisasi politik yang terjadi di media sosial semakin menguat menjelang pemilu 2019 dan di dalam grup #2019GantiPresiden serta #2019TetapJokowi ditemukan opini-opini dari berbagai isu yang mengarah ke opini negatif, berkaitan dengan agama, kebijakan, karakter, dan asal-usul setiap pasangan. Selain itu, penelitian serupa juga dilakukan oleh (Mehta & Gretter, 2016) yang secara umum penelitiannya membahas bagaimana opini dan keterlibatan publik terkait dengan isu kesetaraan gender yang dilihat

Herawati, 2022

**PERAN MEDIA SOSIAL PADA KONTEN AKUN TWITTER @TXTDRBERSERAGAM DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK PADA PROFESI ABDI NEGARA (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA FOLLOWERS @TXTDRBERSERAGAM)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[ <https://www.upnvj.ac.id> - <http://library.upnvj.ac.id> - <https://repository.upnvj.ac.id> ]

melalui *hashtag* *Twitter* yaitu #AskHerMore, #MediaWeLike serta #NotBuyingIt dan hasil penelitiannya adalah *hashtag* #AskHerMore dan #MediaWeLike cenderung lebih positif dibandingkan #NotBuyingIt ini berarti keterlibatan emosional dan sentimen memainkan peran penting dalam penyebaran pesan di media sosial, termasuk kesadaran sosial (*social awareness*) dan dari sini juga dapat dilihat bahwa seseorang dalam menyerap informasi di media sosial hendaknya bersifat objektif dan kritis sebelum terlibat terlalu dalam pada isu yang sedang menjadi perbincangan.

Fenomena berbagai opini tentang perilaku Abdi Negara di media sosial khususnya *Twitter* seperti yang ditunjukkan pada akun @txtdrberseragam seakan semakin mencuat dan tidak berkesudahan. Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan di atas, hal tersebut memicu peneliti untuk meneliti lebih dalam dan melihat dengan jelas bagaimana opini terkait dengan abdi negara tersebut dibentuk melalui konten pada akun *Twitter* @txtdrberseragam. Bukan hanya itu, peneliti juga akan melihat bagaimana budaya komunikasi yang dibangun melalui akun *Twitter* @txtdrberseragam ditinjau berdasarkan analisis media siber.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana analisis media siber melalui etnografi virtual pada akun *Twitter* @txtdrberseragam terkait dengan konten teks dari Abdi Negara?
2. Bagaimana opini yang terbentuk pada publik pengikut @txtdrberseragam terhadap abdi negara secara keseluruhan?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjawab permasalahan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui penjelasan analisis media siber etnografi virtual pada akun *Twitter* @txtdrberseragam terkait dengan konten teks dari Abdi Negara
2. Untuk mengetahui bagaimana opini yang terbentuk pada publik pengikut @txtdrberseragam terhadap Abdi Negara secara keseluruhan.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Tidak hanya tujuan, tetapi penelitian ini kedepannya diharapkan akan memiliki manfaat bagi berbagai pihak, serta diharapkan juga mampu membuat terobosan pengembangan Ilmu Komunikasi. Berikut manfaat teoritis dan praktis dari penelitian ini :

##### **I.4.1 Manfaat Teoritis**

Jika ditinjau secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambahkan riset baru terkait dengan studi etnografi virtual khususnya yang berhubungan dengan opini publik terhadap profesi tertentu. Selain itu juga, peneliti berharap hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambahkan *insight* baru untuk semua pihak, khususnya Mahasiswa Ilmu Komunikasi.

##### **I.4.2 Manfaat Praktis**

Sedangkan secara praktis, peneliti berharap penelitian ini akan dapat memberikan masukan berarti baik untuk pihak abdi negara maupun akun @txtdrberseragam terkait dengan opini profesi abdi negara secara *general*. Bukan hanya itu, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca agar memahami lebih dalam berkaitan dengan bagaimana konten media sosial berperan dalam membentuk opini publik terkait dengan profesi tertentu.

#### **I.5 Sistematika Penulisan**

Adanya sistematika penulisan ini adalah sebagai pembantu peneliti dalam rangka mengurutkan tahap-tahap penelitian berdasarkan sistematika yang tepat.

Penelitian ini akan disusun secara teratur dengan mengikuti kaidah yang ditetapkan dan dibagi kedalam lima bab, yaitu :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjabarkan tentang urgensi penelitian yang dimuat di latar belakang, permasalahan penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian secara teoritis ataupun praktis, serta sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas secara khusus konsep dan teori sesuai yang dipakai sebagai landasan untuk penelitian, selain itu juga memuat tentang kerangka pemikiran penelitian.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang metode penelitian kualitatif yang di dalamnya memuat objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data, dan table rencana waktu penelitian.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini menjelaskan secara rinci hasil penelitian yang memuat objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, dan juga hasil penelitian beserta pembahasan ditinjau dari Analisis Media Siber.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Memuat kesimpulan serta saran secara keseluruhan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisikan referensi buku-buku dan literatur yang dimanfaatkan dalam proses penyusunan penelitian dengan tujuan melengkapi data-data yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

## **LAMPIRAN**

Lampiran memuat data-data pendukung selain buku dan literatur yang memudahkan proses penyusunan skripsi.