

Perilaku Khalayak yang Mengakses Tirto.Id di Instagram

Studi Kualitatif Analisis Resepsi Perilaku Mahasiswa Unisba yang Mengakses Infografis “Bangkitnya Jihadis Perempuan” di Instagram Tirto.id

Behavior of Audiences Who Access Tirto.Id on Instagram

¹Riesta Rinanda A, ²Dr. Nila Nurlimah, Dra., M.Si

^{1,2}*Prodi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No 1 Bandung 40116*

email: ¹rinandariesta@gmail.com, ²nilanurlimah@yahoo.com

Abstract. This research is caused by a progress of technology which is motivated the owners of media to develop their own media. On this time, the owners of media are using media social to share news and other informations. Popularity of media social caused untruthfulness news and informations. People will be more selective to choose which media that share truthfulness news and informations at media social. College students at Unisba are an active user of media social. They choosed Tirto.id to be a media that they access from Instagram. Not only to access Tirto.id, but also to give their comment on the news and informastions that shared by Tirto.id at Instagram. There are a lot of thoughts, knowledges, and characters from college students at Unisba caused a lot of receptions from them. The purposes of this research are to know receptions and positions hypothetical of college student at Unisba which access Tirto.id from Instagram. Methodology that used in this research is qualitative with Stuart Hall analysis reception. Researcher use reception theory by Stuart Hall. The result of this research showed a reception that arising from college student at Unisba after they accessed Tirto.id through Instagram is caused a new thought and knowledge for them. Their position as a people who access Tirto.id in Instagram is not always absolute, because there are a lot of thoughts that motivated by their own thoughts.

Keywords: Media Social, Analysis Reception, Reception Theory Stuart Hall.

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya teknologi yang mendorong para pemilik media untuk mengembangkan medianya. Saat ini, para pemilik media telah memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan berita dan informasi lainnya kepada khalayak. Maraknya keberadaan media sosial tersebut, menyebabkan tersebarluasnya berita-berita yang tidak terpercaya. Hal ini membuat khalayak lebih selektif dalam memilih media yang dia akses. Mahasiswa Unisba merupakan pengguna aktif media sosial. Mereka memilih Tirto.id sebagai media yang terpercaya. Mereka mengakses Tirto.id di Instagram. Tidak hanya aktif mengakses Tirto.id, mereka juga sering menuliskan komentar-komentarnya di kolom yang sudah disediakan oleh Tirto.id, baik di Twitter maupun Instagram. Banyaknya pemikiran, pengetahuan, dan kepribadian dari Mahasiswa Unisba menyebabkan beragam resepsi yang muncul ketika mengakses Tirto.id di Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui resepsi yang muncul dan posisi hipotekalmahasiswa Jurnalistik Fikom Unisba terhadap Tirto.id di Instagram. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall. Teori yang digunakan adalah teori pemaknaan Stuart Hall. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa resepsi yang muncul dari Mahasiswa Unisba setelah mengakses Tirto.id di Instagram adalah menimbulkan pemikiran yang baru dan menambah pengetahuan mereka. Posisi pembacaan mereka dalam mengakses Tirto.id di Instagram pun tidak selamanya mutlak, karena adanya pemikiran yang berbeda-beda yang dilatarbelakangi oleh pemikiran yang dimiliki oleh masing-masing mahasiswa.

Kata Kunci: Media Sosial, Analisis Resepsi, Teori Pemaknaan Stuart Hall.

A. Pendahuluan

Berbagai kalangan saat ini mengenal istilah media sosial. Pesatnya kemajuan teknologi membuat media sosial pun ikut berkembang. Khalayak juga mengenal produk-produk media sosial, seperti Line, Instagram, Twitter, Facebook, dll. Sepertinya yang disampaikan oleh Technisia, berdasarkan hasil riset di Indonesia terdapat 58 juta

orang yang menggunakan internet.¹ Dengan begitu, Indonesia menempati posisi kedua dengan peningkatan 430 persen pengguna internetnya.² Maraknya media sosial membuat khalayak berlomba-lomba untuk mengaksesnya. Ada yang menggunakannya sebagai media untuk menggunggah karya, ada pula yang mencari informasi.

Saat ini, bukan hanya khalayak yang menggunakan media sosial, tetapi para pemilik media juga ikut memanfaatkannya. Di era teknologi seperti ini, khalayak menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk mendapatkan informasi, meskipun saat ini para pemilik media masih memproduksi dan menyebarluaskan surat kabar. Salah satu alasan pengguna media sosial mencari informasi melalui *platform* itu karena adanya motif informasi seperti mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia; mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan; memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum; belajar, pendidikan diri sendiri; serta memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan (McQuail, 2011: 72).

Media yang baru mulai memanfaatkan kemajuan teknologi, salah satunya Tirto.id. Media ini didirikan pada pertengahan tahun 2016. Khalayak mulai menyadari keberadaan Tirto.id sejak April 2017, penyebabnya adalah Tirto.id mengunggah berita dengan judul “Investigasi Allan Nairn: Ahok Hanyalah Dalih untuk Makar”. Berita tersebut merupakan hasil terjemahan dari artikel terbitan Teh Intercept yang berjudul "Trump's Indonesian Allies in Bed with ISIS-Backed Militia Seeking to Oust Elected President". Tirto.id memiliki akun resmi pada setiap media sosial yang ada, seperti Instagram.

Dalam akun media sosialnya, terutama pada Instagram, bukan hanya mengunggah berita-berita saja. Tirto.id juga mengunggah informasi-informasi yang berkaitan dengan kesehatan, tips-tips, dll. Tirto.id mengemas berita dan informasi lainnya dengan menarik. Pada akun Instagram milik Tirto.id, terdapat konten yang sama. Tirto.id membuat sebuah infografis untuk menunjang berita atau informasi yang diunggahnya. Dengan begitu, Tirto.id memiliki ciri khas. Infografis merupakan gambar menyerupai *e-poster* yang berisi poin-poin dari berita yang diunggah.

Sabda Armandio, Manajer Multimedia Tirto.id, memaparkan bahwa infografis adalah visualisasi data yang di dalamnya terdapat informasi dan grafik. Ia menjelaskan bahwa Tirto.id awalnya dibuat dengan berbasis data. Sehingga, penulisnya akan menulis suatu berita atau pun informasi lainnya dengan menganalisis data. Agar data tersebut dapat sampai ke pembacanya dengan mudah, maka Tirto.id menggunakan medium seperti infografis. Setelah itu Sabda juga menambahkan bahwa Tirto.id juga menggunakan jurnalisme presisi, sehingga infografisnya dapat membuat berita yang disampaikan menjadi presisi.³

Sabda Armandio juga menjelaskan bahwa ciri khas dari infografis di Tirto.id terdapat pada jenis hurufnya, ikon yang digunakannya (Pak Tirto), serta *mood* warnanya. Tim desain Tirto.id terdapat enam orang. Dalam satu hari, tim desain Tirto.id dapat menghasilkan 14 – 17 desain infografis. Waktu yang diperlukan untuk membuat satu infografis adalah satu jam setengah. Alur pembuatan infografis di Tirto.id yaitu diawali oleh tim riset yang mengumpulkan riset, kemudiandiberikan kepada tim penulis, setelah itu diberikan kepada tim desain untuk dibuat infografisnya. Berdasarkan hasil

¹ <https://id.techinasia.com/dalam-5-tahun-terakhir-jumlah-pengguna-internet-indonesia-naik-430-persen-grafik>

² <https://id.techinasia.com/dalam-5-tahun-terakhir-jumlah-pengguna-internet-indonesia-naik-430-persen-grafik>

³ Hasil wawancara di Kantor Tirto.id tanggal 12 Juli 2018 pukul 15.00 WIB

wawancara peneliti dengan manajer Media Sosial Tirto.id, yaitu Cafifah dan Angga, khalayak yang mengakses Tirto.id berasal dari usia 18-24 (22%), 25-34 (38%), 35-44 (10%), 45-54 (10%), 55-64 (9%), dan 65+ (4%). Selain itu, mereka juga berasal dari dalam pulau Jawa seperti Bandung (4%), Jakarta (43%), Surabaya (20%), dan lainnya (9%). Sedangkan luar pulau Jawa seperti Medan (9%), Makassar (6%), dan lainnya (9%). Angga juga menjelaskan bahwa rata-rata khalayak yang mengakses Tirto.id selama 7 menit 23 detik.⁴

Peneliti memilih infografis yang berjudul “Bangkitnya Jihadis Perempuan” untuk menentukan persepsi dan posisi hipotekal Mahasiswa Unisba, karena isu dalam infografis tersebut bertepatan dengan terjadinya peristiwa bom di Surabaya pada 13-14 Mei 2018. Selain itu, tulisan tersebut juga direspon oleh Mahasiswa Unisba yang menjadi informan pada penelitian ini. Mereka aktif memberikan tanggapannya pada tulisan tersebut dalam bentuk komentar pada kolom komentar yang ada. Selain itu berdasarkan hasil pra riset peneliti, hal-hal yang berkaitan dengan terorisme sedang marak dibicarakan di kalangan Mahasiswa Unisba.

Melihat hal itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan menganalisis mengenai resepsi yang muncul dan posisi hipotekal Mahasiswa Unisba dalam mengakses Tirto.id melalui Instagram. Resepsi yang bermunculan pun akan beragam, sehingga posisi mereka juga akan berbeda-beda atau mungkin sama.

B. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Teori Pemaknaan Stuart Hall. Menurut Hall, makna yang tersampaikan terhadap setiap individu bisa terjadi perbedaan. Kode yang digunakan dalam pemaknaan ini adalah *encoded* (disandi) dan *decoded* (disandi balik) (Ida, 2014: 161). Tidak selamanya hal tersebut bersifat sama atau berarti muncul pemahaman serta kesalahpahaman dalam pertukaran pesan komunikasi yang komunikator sampaikan kepada komunikan, hal ini bergantung kepada *encoder* dan *decoder*. *Encoder* dan *decoder* ialah pembuat pesan dan penerima pesan.

Teori Stuart Hall tentang encoding/decoding mendorong terjadinya interpretasi-interpretasi beragam dari teks media selama proses produksi dan penerimaan (resepsi). Dengan kata lain, Hall menyatakan bahwa makna tidak pernah pasti. Jika kata bisa pasti oleh representasi, maka tidak akan ada pertukaran – sehingga tidak ada strategi yang mengkonter atau interpretasi-interpretasi yang berbeda (Ida, 2014: 178).

Ketika khalayak menyandi balik (*decoding*) dalam suatu komunikasi, maka terdapat posisi hipotekal, yaitu:

1. *Dominant-Hegemonic Position* adalah klasifikasi khalayak menerima pesan dari media secara penuh dan memaknai pesan tersebut persis seperti apa yang diinginkan oleh media tanpa menunjukkan tanggapan yang bersifat menolak.
2. *Negotiated Position* adalah khalayak yang cukup memahami apa yang ditampilkan oleh media, tetapi tidak semua dimaknai sama. Penerimaan dalam klasifikasi ini mengandung dua hal, yaitu unsure adaptif dan oposisi. Hal ini menunjukkan bahwa pesan dinegosiasikan, sehingga muncul tanggapan lain terhadap pesan yang disampaikan.
3. *Oppositional Position* adalah khalayak sama sekali menolak pesan yang disampaikan media, maka khalayak tersebut berada pada posisi oposisi. Mereka menolak pesan tersebut karena tidak sesuai dengan pengetahuan atau nilai yang

⁴ Hasil wawancara di *Caffe Vaperadise* tanggal 12 Juli 2018 pukul 17.00 WIB

dianutnya. Khalayak akan menolak penuh apa yang disampaikan oleh media. (Ida, 2014: 178)

Media sosial tidak disebut sebagai media massa sosial karena memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik berkembang di masyarakat (Watie, 2011: 71). Dengan begitu, media sosial dapat menimbulkan opini di kalangan publik. Selain itu, media sosial adalah situs yang menjadi tempat bagi khalayak untuk berkomunikasi dengan orang yang lainnya, baik yang mereka kenali di dunia nyata mau pun di dunia maya (Zarella, 2010: 51 dalam Rangga, 2015: 3).

Menurut Stuart Hall, dalam pemberlakuan kode *encoding* dan *decoding* bisa terjadi perbedaan karena tidak selamanya proses penyampaian dan penerimaan pesan selaras. Tingkat pemahaman dan kesalahpahaman dapat terjadi ketika proses pertukaran komunikasi. Hal itu menyebabkan timbulnya produser sebagai *encoder* dan penerima sebagai *decoder* (Ida, 2014: 162).

Morley memberikan sebuah rangkuman (dan klarifikasi) yang berguna tentang pemahamannya sendiri terhadap model encoding/decoding Hall sebagai berikut.

1. Produksi pesan penuh makna dalam wacana TV senantiasa merupakan ‘pekerjaan’ problematis. Peristiwa yang sama bisa di-encoding melalui lebih dari satu cara. Sehingga, kajian TV di sini berkenaan dengan bagaimana dan mengapa struktur dan praktik produksi tertentu cenderung menghasilkan pesan tertentu, yang mewujudkan maknanya dalam bentuk – bentuk tertentu yang berulang.
2. Pesan dalam komunikasi sosial selalu bersifat kompleks dalam hal struktur dan bentuk. Ia senantiasa memuat lebih dari satu ‘pembacaan’ potensial. Pesan menawarkan dan menganjurkan pembacaan tertentu atas pembacaan lainnya, namun pesan tidak pernah bisa menjadi sama sekali tertutup di sekitar satu pembacaan. Pesan tetap bersifat polisemik.
3. Aktivitas ‘memetik makna’ dari pesan juga merupakan sebuah praktik yang problematic, betapapun transparan dan ‘natural’ tampaknya aktivitas itu. pesan meng-encoding satu cara senantiasa dibaca dengan cara yang berbeda. (Storey, 2008:17)

Dalam penelitian ini, media sosial yang peneliti teliti adalah Instagram. Di sana Tirto.id mengunggah infografis dan berbagai informasinya. Instagram adalah *platform* untuk mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, dengan begitu informasi akan tersampaikan kepada khalayak dengan cepat. Instagram berasal dari kata *instan-telegram* (Putri, 2013: 14). Selain itu Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi para pengguna media sosial yang mengakses Instagram, karena di dalamnya terdapat fitur yang membantu pengguna membuat foto menjadi lebih indah, artistik, dan bagus (Atmoko, 2012: 10). Tirto.id sendiri membagikan infografisnya melalui Instagram, sehingga khalayak dapat langsung melihatnya ketika mengakses Instagram. Menurut Sabda Armandio, Manajer Designer Tirto.id di dalam infografis yang Tirto.id unggah ke Instagram, terdapat ciri-ciri khusus seperti ukuran tulisan, jenis tulisan, adanya ikon Pak Tirto di setiap infografisnya, serta *tone* warna pada setiap infografisnya.⁵

C. Hasil Penelitian

Bagi Mahasiswa Unisba, media sosial saat ini menjadi sarana untuk mencari informasi. Mereka akan mengakses media sosial dengan mudah dan cepat. Saat ini, para pemilik media ikut memanfaatkan media sosial untuk sarana menyebarkan berita dan

⁵ Hasil Wawancara di Tirto.id tanggal 12 Juli 2018 pukul 15.00 WIB

informasi, salah satunya Tirto.id. Mereka menyampaikan pesan kepada pembacanya lewat media sosial, tetapi pesan atau kritik juga dapat disampaikan oleh pembacanya di media sosial yang mereka gunakan.

Untuk mengetahui resepsi Mahasiswa Unisba terhadap Tirto.id di Instagram, peneliti menelitinya berdasarkan dua poin. Yang pertama berdasarkan unsur edukasi yang ada dalam infografis yang diunggah oleh Tirto.id di Instagram. Yang kedua berdasarkan nilai berita dalam infografis yang diunggah oleh Tirto.id di Instagram. Poin-poin ini dihasilkan dari hasil wawancara peneliti dengan informan.

Resepsi merupakan suatu wujud penerimaan atau penikmatan suatu karya oleh pembaca (Endaswara, 2003: 118). Resepsi dapat dikatakan reaksi atau perilaku yang diberikan oleh khalayak kepada suatu karya baik dalam bentuk teks, gambar, video, dll. Persepsi adalah suatu pengalaman yang berkaitan dengan objek, peristiwa, dan hubungan-hubungan yang didapatkan dengan menafsirkan suatu pesan (Rakhmat, 1988: 57 dalam Nurlimah, 2005: 269).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan seluruh informan, mereka sepakat bahwa infografis yang disebar oleh Tirto.id mengandung nilai edukasi. Informan merasa bahwa infografis yang diunggah oleh Tirto.id berisi pengetahuan dan wawasan, sehingga manfaat itu dapat mereka rasakan secara langsung. Fungsi media salah satunya adalah untuk memberikan pendidikan bagi khalayak masyarakat. Surat kabar dan media elektronik menyiarkan berbagai informasi yang mengandung nilai-nilai edukatif (HM, 2011: 9).

Media berhubungan dengan gagasan-gagasan, informasi dan budaya. Media menghibur dan memberi kita informasi, memengaruhi bagaimana kita memahami diri kita sendiri dan dunia kita, juga bagaimana kita menggunakan waktu luang kita. Karena media memainkan peran yang penting dalam politik dan budaya, media menempati posisi yang unik di dalam masyarakat demokratis yang memiliki nilai-nilai kebebasan dan ekspresi kreatif, pemikiran yang independen, dan perspektif keberagaman. Di sisi lain, bisnis media juga tak berbeda dengan bisnis pada umumnya. Hampir semua perusahaan media adalah korporasi komersial dengan fungsi utama menciptakan keuntungan bagi pemilik atau pemegang saham. “Ukuran utama kinerja korporasi media didasarkan pada penjualan, pendapatan iklan, dan yang pasti keuntungan. Bagaimana media mewakili kepentingan publik adalah sesuatu yang ideal tetapi tak menjadi perhatian utama dari para pemilik media” (Lilis 2014:160).

Selain itu, seluruh informan juga merasa Tirto.id sebagai media yang terpercaya untuk mendapatkan informasi. Kepercayaan ini mereka dapat karena melihat Tirto.id mengunggah infografis yang faktual, berisi informasi dengan melampirkan data-data riset dan juga narasumber yang kredibel untuk berita tersebut. Maka, mereka sepakat bahwa seluruh informasi dalam infografis yang Tirto.id unggah di Instagram berisi hal-hal yang faktual. Terdapat satu informan yang berada di posisi dominan, dan empat informan lainnya berada di posisi negosiasi. Mereka didukung oleh faktor yang berbeda-beda dan muncul dari dalam diri sendiri.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan seluruh informan yang merupakan Mahasiswa Unisba, Tirto.id di Instagram mengunggah infografis yang berisi edukasi dan juga faktual. Mereka mengaku tertarik dengan konten infografisnya, sehingga memunculkan keinginan mereka untuk memberikan komentar serta tanda suka pada unggahan Tirto.id di Instagram. Data riset yang dilampirkan oleh Tirto.id dalam setiap unggahan infografisnya di Instagram, menjadi alasan para informan untuk mempercayai kefaktualan setiap unggahan Tirto.id di Instagram.

Informan juga merasa tereduksi oleh infografis yang diunggah Tirto.id ke Instagram, karena menurut mereka Tirto.id selalu memberikan sudut pandang dan hal baru kepada khalayaknya melalui unggahannya tersebut. Dengan begitu, informan menjadi semakin tertarik untuk mengikuti Tirto.id di Instagram. Selain itu, kemudahan mereka untuk mengakses Tirto.id di Instagram juga mendukung mereka untuk tetap mencari informasi dari media sosial.

Peneliti mendapatkan hasil akhir untuk menentukan posisi hipotekal seluruh informan berdasarkan *forum group discussion*, setelah sebelumnya peneliti melakukan wawancara dengan masing-masing informan. Posisi masing-masing informan tidak selalu tetap atau mutlak. Misalnya, berdasarkan hasil wawancara peneliti dapat menentukan posisi hipotekal mereka a, namun setelah melakukan *forum group discussion* posisi mereka ada yang berubah. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh dari orang lain atau pun pengaruh dari dalam dirinya sendiri. Pada posisi dominan, peneliti menemukan adanya satu orang informan yang sesuai dengan pengertian posisi ini. Informan pada posisi ini, menerima sepenuhnya apa yang disampaikan oleh Tirto.id di Instagram melalui infografis “Bangkitnya Jihadis Perempuan” tanpa ada opini yang menunjukkan penolakan.

Pada posisi negosiasi, terdapat empat orang informan yang sesuai. Mereka menerima pesan yang disampaikan oleh Tirto.id di Instagram melalui infografis “Bangkitnya Jihadis Perempuan” namun memberikan opini lain yang menunjukkan ketidaksejalan dengan pesan dari infografis tersebut. Sedangkan pada posisi oposisi, peneliti tidak melihat ada informan yang sesuai. Dari seluruh informan, tidak ada yang menunjukkan penolakan terhadap pesan yang disampaikan Tirto.id di Instagram melalui infografis tersebut.

Daftar Pustaka

Buku

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- HM, Zaenuddin. 2011. *The Journalist*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya*. Cetakan ke-1. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lilis, Dede. 2014. *Media Anak Indonesia: Representasi Idola Anak dalam Majalah Anak-Anak*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Storey, John. 2008. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.

Sumber lain

- Aditya, Ranga. (2015). Jurnal Mahasiswa Universitas Riau “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru”. *Online*.
- Nurlimah, Nila. (2005). Jurnal Dosen Prodi Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba “Pengaruh Informasi Kesetaraan Gender pada Rubrik Swara *Kompas* terhadap Pers Pembaca tentang Kesetaraan Gender”. *Online*.
- Putri, Oriza Kusuma. (2012). Jurnal Mahasiswa UPN Jawa Timur “Motif Remaja dalam Menggunakan Media Jejaring Sosial Facebook”. *Online*.

Watie, Errika Dwi Setya. (2011). Jurnal Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Semarang “Komunikasi dan Media Sosial”. *Online*.