

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom.
Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom., M.I.Kom.



RUANG-RUANG BARU KOMUNIKASI Inovasi, Kolaborasi, dan Dampaknya di Era Digital

RUANG-RUANG BARU KOMUNIKASI Inovasi, Kolaborasi, dan Dampaknya di Era Digital

Buku ini merupakan tulisan yang berfokus pada perkembangan komunikasi yang semakin kompleks dan dinamis di era modern. Setiap tulisan dalam buku ini yang memiliki perhatian mendalam terhadap isu-isu kontemporer dalam bidang komunikasi, termasuk representasi gender, strategi komunikasi digital, dan pola interaksi interpersonal.

Buku ini menghadirkan beragam topik yang menarik dan relevan, seperti representasi kesetaraan gender dalam film Black Panther: Wakanda Forever, strategi konten edukatif untuk generasi Z, hingga pola komunikasi interpersonal dalam pernikahan jarak jauh. Selain itu, buku ini juga membahas pengalaman komunikasi perempuan korban KDRT, strategi promosi bisnis lokal, partisipasi penggemar dalam budaya fandom, hingga komunikasi dalam dunia pendidikan virtual. Dengan berbagai perspektif yang disajikan, kami berharap buku ini dapat menjadi referensi berharga bagi pembaca, khususnya yang tertarik pada transformasi komunikasi di abad ke-21.

Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi, memperkaya wawasan pembaca, serta menjadi inspirasi untuk terus mengembangkan ide-ide baru dalam kajian komunikasi.

Penerbit Mafy (PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA)
Tanah Garam, Kota Solok, Sumatera Barat 27312
Anggota IKAPI 041/SBA/2023
✉ penerbitmafya@gmail.com
🌐 penerbitmafya.com
📖 Penerbit Mafy
📍 Mafy Media Literasi



RUANG-RUANG BARU KOMUNIKASI

Inovasi, Kolaborasi, dan Dampaknya di Era Digital

NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA

PASAL 113 KETENTUAN PIDANA SANKSI PELANGGARAN

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

RUANG-RUANG BARU KOMUNIKASI

Inovasi, Kolaborasi, dan Dampaknya di Era Digital

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom.
Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom., M.I.Kom.



RUANG-RUANG BARU KOMUNIKASI Inovasi, Kolaborasi, dan Dampaknya di Era Digital

Editor:

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom.

Yudhistira Ardi Poetra, S.I.Kom., M.I.Kom.

Layouter :

Husnuddiniyah

Sumber Gambar Cover :

www.freepik.com

Ukuran :

iv, 172 hlm, 15,5 cm x 23 cm

ISBN :

978-634-220-840-3

Cetakan Pertama : Juli 2025

Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-undang. Dilarang menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA
ANGGOTA IKAPI 041/SBA/2023

Kota Solok, Sumatera Barat, Kode Pos 27312

Kontak : 081374311814

Website : www.penerbitmafy.com

E-mail : penerbitmafy@gmail.com

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku bunga rampai berjudul RUANG-RUANG BARU KOMUNIKASI: INOVASI, KOLABORASI, DAN DAMPAKNYA DI ERA DIGITAL ini dapat hadir di hadapan pembaca. Buku ini merupakan kumpulan tulisan yang berfokus pada perkembangan komunikasi yang semakin kompleks dan dinamis di era modern. Setiap tulisan dalam bunga rampai ini dihasilkan oleh para penulis yang memiliki perhatian mendalam terhadap isu-isu kontemporer dalam bidang komunikasi, termasuk representasi gender, strategi komunikasi digital, dan pola interaksi interpersonal.

Bunga rampai ini menghadirkan beragam topik yang menarik dan relevan, seperti representasi kesetaraan gender dalam film *Black Panther: Wakanda Forever*, strategi konten edukatif untuk generasi Z, hingga pola komunikasi interpersonal dalam pernikahan jarak jauh. Selain itu, buku ini juga membahas pengalaman komunikasi perempuan korban KDRT, strategi promosi bisnis lokal, partisipasi penggemar dalam budaya fandom, hingga komunikasi dalam dunia pendidikan virtual. Dengan berbagai perspektif yang disajikan, kami berharap buku ini dapat menjadi referensi berharga bagi pembaca, khususnya yang tertarik pada transformasi komunikasi di abad ke-21.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua penulis yang telah berkontribusi, serta semua pihak yang mendukung penyusunan buku ini. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat

bagi perkembangan ilmu komunikasi, memperkaya wawasan pembaca, serta menjadi inspirasi untuk terus mengembangkan ide-ide baru dalam kajian komunikasi. Kritik dan saran sangat kami harapkan untuk penyempurnaan karya di masa mendatang.

Bekasi,

Tim Penulis

DAFTAR ISI

kata Pengantar	i
Daftar Isi	iii
Perempuan Punya Peran: Cerita Kesetaraan Gender Di Film Wakanda Forever.....	1
Self-Improvement Ala Gen Z: Strategi Konten Satu Persen Di Youtube	6
Cerita Cinta Ldr Di Alamanda: Cara Suami Istri Jaga Hubungan Tanpa Tatap Muka	14
Suara Perempuan Korban KDRT: Cerita Komunikasi Di Tengah Luka.....	21
Foto Sepuasnya, Bayar Seikhlasnya: Jurus Kreatif Jurupoto Studio Di Instagram.....	28
Ngopi Seru Sambil Promosi: Cara Janjian Coffee House Gaet Pengunjung Lewat Event	35
Army Dan Selca Day: Serunya Perayaan Diri Di Media Sosial X.....	44
Perempuan, Tubuh, Dan Target Penjualan: Wacana Di Balik Meja Sales Otomotif.....	49
Belajar Dari Bootcamp: Pola Komunikasi Virtual Anak Muda Pengasah Skill.....	60
Cahaya Dari Kanvas: Menafsir Makna Matahari Di Lukisan Secretofthesun.....	68
Bahasa Belajar Online: Serba-Serbi Komunikasi Di MBKM Zenius.....	74

Dari Alumni, Untuk Solidaritas: Strategi Komunikasi Komunitas IKASTAM	80
Lagu Tentang Ayah Dan Anak: Makna Cinta Dalam Lirik Virgoun.....	88
Menulis Untuk Menyembuhkan: Cerita Para Journalers Di Balik Aktivitas Journaling	94
Dakwah Yang Mengalir Hangat: Pola Komunikasi Habib Alwi Di Majelis Al-Munawwir	103
Harmoni Dalam Rumah Campuran: Cerita Komunikasi Orang Tua Tiri Dan Anak	108
Menjemput Pulih: Komunikasi Sosial Dalam Pemulihan Eks Pecandu Judi Online	114
Ayah Itu Penting: Representasi Sosok Bapak Di Film Sabtu Bersama Bapak	122
Dari Sedekah Ke Tanggap Bencana: Strategi Komunikasi Pondok Sedekah Usai Gempa Cianjur	129
Lagu, Laki-Laki, Dan Kuasa: Dominasi Patriarki Dalam 'Madu Tiga'	135
Nasi Goreng Ludes Karena Hujan: Respon Netizen Terhadap Konten Viral Shanty Di China	142
Belanja Via Live Tiktok: Gimana Streaming Bikin Orang Klik 'Beli' Di @Jimshoney.Official	149
Cewek Tomboy Bukan Masalah: Representasi Feminin-Maskulin Di Lagu Destiny Rogers	155
Nanda Arsyinta Dan Personal Branding Secara Elegan Di Instagram	162
Kearifan Jawa Di Tiktok: Respon Netizen Terhadap Budaya Solo Ala @Raniaayamin.....	167



PEREMPUAN PUNYA PERAN: CERITA KESETARAAN GENDER DI FILM WAKANDA FOREVER

Siti Aurea Rivoni Nanlohy, Hamida Syari Harahap

Mengupas Isu Gender Melalui Film

Isu tentang gender hingga saat ini masih menjadi pembahasan penting. Faktanya, mengutip dari media *online* weforum.org, berdasarkan Indeks Kesenjangan Gender Global 2023, belum ada negara yang mencapai kesetaraan gender secara penuh. Terlebih, kesenjangan gender dalam kepemimpinan politik masih terus berlanjut (Zahidi, 2023). Gender sendiri merujuk pada diferensiasi peran, fungsi, status, serta tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan yang didasarkan pada budaya dan masyarakat, bukan sifat kodrati (Jane, 2021).

Isu gender sering kali berhubungan dengan ketidakadilan yang berdampak negatif, terutama bagi perempuan. Sebagai contoh, terdapat anggapan bahwa perempuan dianggap lemah, terlalu emosional, dan tidak mampu menjadi pemimpin. Hal ini mengakibatkan subordinasi posisi perempuan dibandingkan laki-laki. Berdasarkan konteks tersebut, diperlukan kesadaran akan pentingnya kesetaraan gender untuk mengatasi isu ini. Kesetaraan gender merupakan pandangan bahwa setiap individu berhak mendapatkan perlakuan yang setara tanpa diskriminasi berdasarkan latar belakang gender (Jane, 2021). Kesetaraan

gender dapat dikatakan tercapai apabila tidak ada lagi perbedaan pandangan antara perempuan dan laki-laki, sehingga keduanya memiliki kesempatan dan akses yang setara di segala aspek kehidupan (Sulistiyowati, 2020).

Salah satu media yang dapat menggambarkan isu kesetaraan gender adalah film. Sebagai bentuk media massa yang kompleks, film memiliki kekuatan melalui visual dan audio untuk memengaruhi emosi penontonnya. Film sering kali digunakan sebagai media alternatif untuk menyampaikan makna tertentu, termasuk pesan sosial dan moral (Alfathoni, 2020). Kemampuan film dalam menyampaikan pesan terletak pada jalan ceritanya, dan sudah menjadi keharusan bahwa film juga memiliki nilai edukatif (Prasetya, 2019).

Salah satu contoh film yang mengangkat isu kesetaraan gender adalah *Black Panther: Wakanda Forever*, yang dirilis pada tahun 2022. Film produksi Marvel Studios ini merupakan sekuel dari *Black Panther* yang dirilis pada 2018. Dalam film ini, penggambaran superhero perempuan menjadi salah satu fokus utama. Berdasarkan observasi, *Black Panther: Wakanda Forever* menceritakan perjuangan pemimpin perempuan dalam mempertahankan negaranya dari eksploitasi sumber daya alam. Setelah kematian T'Challa, pemimpin sebelumnya, kekuasaan berpindah ke ibunya, Ramonda, yang kemudian diteruskan kepada Shuri, adik perempuan T'Challa. Ramonda digambarkan sebagai sosok pemimpin yang tegas, sedangkan Shuri, seorang jenius teknologi, melanjutkan peran sebagai pelindung dan pemimpin setelah kepergian Ramonda.

Representasi Kesetaraan Gender dalam Film *Black Panther: Wakanda Forever*

Film *Black Panther: Wakanda Forever* menghadirkan representasi kesetaraan gender yang menarik melalui berbagai aspek kehidupan. Dalam film ini, perempuan tidak hanya dibatasi pada peran domestik, tetapi juga aktif berkontribusi di ruang publik. Salah satu tokoh yang menonjol adalah Ratu Ramonda, yang

digambarkan sebagai pemimpin perempuan yang tegas dan berwibawa. Dalam salah satu adegan, ia menunjukkan keberaniannya di hadapan para pemimpin dunia dalam sebuah diplomasi internasional. Adegan ini memperlihatkan bahwa perempuan memiliki kemampuan yang setara dengan laki-laki dalam hal kepemimpinan dan pengambilan keputusan penting. Ratu Ramonda juga memainkan peran strategis dalam diplomasi, menunjukkan kemampuan komunikasi yang efektif untuk mengelola konflik dan mencapai kesepakatan global.

Selain itu, representasi kesetaraan gender juga ditampilkan melalui karakter Shuri, yang menggambarkan peran perempuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai ilmuwan utama Wakanda, Shuri tidak hanya dikenal karena kecerdasannya yang luar biasa, tetapi juga karena kontribusinya dalam pengembangan teknologi canggih untuk negaranya. Karakter Shuri mematahkan stereotip gender dengan menampilkan perempuan yang unggul dalam bidang teknologi, inovatif, dan kreatif. Perannya dalam film ini menggarisbawahi bahwa kemampuan intelektual dan inovasi tidak terbatas pada jenis kelamin tertentu.

Film ini juga memperlihatkan perempuan sebagai pemimpin yang kuat, terutama melalui tokoh Shuri. Setelah kehilangan anggota keluarga dan pemimpin sebelumnya, Shuri mengambil alih kepemimpinan di medan perang. Ia menunjukkan kecerdasan dan keberanian dengan merancang strategi efektif untuk menghadapi musuh. Kepemimpinannya tidak hanya mengandalkan kekuatan fisik tetapi juga kemampuan analisis dan perencanaan yang matang. Hal ini menegaskan bahwa perempuan memiliki kapasitas yang sama dengan laki-laki dalam situasi yang menuntut pengambilan keputusan strategis. Film ini memberikan pesan yang kuat bahwa kesetaraan gender dapat diwujudkan di berbagai aspek kehidupan, termasuk kepemimpinan, teknologi, dan ruang publik.

Semiotika Peran Perempuan dalam Film Wakanda Forever

Film Black Panther: Wakanda Forever merepresentasikan kesetaraan gender melalui berbagai elemen semiotika, sebagaimana dapat dianalisis melalui tiga tahapan model John Fiske, yaitu Level Realitas, Level Representasi, dan Level Ideologi. Setiap level ini membantu menggambarkan bagaimana kesetaraan gender ditampilkan dan dipersepsikan dalam film.

Pada Level Realitas, elemen-elemen seperti penampilan, kostum, riasan, lingkungan, perilaku, gerakan, dan ekspresi menjadi aspek yang menonjol. Karakter-karakter perempuan seperti Shuri dan Ratu Ramonda ditampilkan dengan penampilan yang mencerminkan kekuatan dan dominasi. Kostum mereka sering kali berornamen mewah, menekankan status dan kekuasaan mereka di masyarakat Wakanda. Shuri, misalnya, sering terlihat mengenakan pakaian ilmuwan modern, mencerminkan perannya sebagai inovator dan pemimpin teknologi. Riasan yang dikenakan oleh para karakter perempuan juga dirancang untuk menonjolkan keberanian dan kekuatan, memperkuat citra mereka sebagai tokoh pemimpin dan pejuang.

Lingkungan dalam film ini memperlihatkan Wakanda sebagai bangsa yang maju dan kuat. Karakter perempuan seperti Ratu Ramonda dan Shuri bergerak dengan ketegasan dan kontrol. Adegan pertemuan dewan Wakanda, misalnya, memperlihatkan Ratu Ramonda dan Shuri menunjukkan sikap tenang namun tegas, mencerminkan otoritas mereka. Ekspresi wajah mereka yang penuh tekad dan kecerdasan menegaskan bahwa mereka setara dengan karakter laki-laki dalam hal kekuatan dan kemampuan.

Pada Level Representasi, teknik kamera, musik, dan dialog menjadi elemen penting yang mendukung representasi kesetaraan gender. Kamera sering kali menggunakan close-up dan sudut rendah untuk mempertegas otoritas karakter perempuan. Dalam adegan perundingan dengan Namor, misalnya, fokus kamera pada wajah Ratu Ramonda dan Shuri memperlihatkan ekspresi penuh percaya diri mereka. Musik latar yang digunakan di film ini menambahkan kedalaman emosi pada adegan-adegan penting,

sering kali menciptakan suasana yang serius dan mendalam. Dialog yang diucapkan oleh Ratu Ramonda dan Shuri tegas dan penuh makna, menekankan bahwa ucapan mereka memiliki bobot yang setara dengan karakter laki-laki.

Pada Level Ideologi, film ini secara jelas menampilkan pesan tentang kesetaraan gender dengan mengangkat perempuan sebagai pemimpin kuat dan pejuang cerdas. Film ini menunjukkan bahwa kekuatan, kemampuan, dan kepemimpinan tidak terbatas pada gender. Dengan menampilkan karakter perempuan yang mampu mengambil keputusan strategis, memimpin bangsa, serta berkontribusi secara signifikan dalam teknologi dan diplomasi, *Black Panther: Wakanda Forever* memberikan gambaran yang kuat tentang pentingnya kesetaraan gender dalam kehidupan modern.

Referensi

- Alfathoni, M. A. M. (2020). *Pengantar Teori Film*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jane, M. R. (2021). Representasi Kesetaraan Gender Pada Film Live-Action “Mulan” Produksi Disney (Analisis Semiotika Perspektif Roland Barthes). *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26(1), 64-82.
- Prasetya, A. B. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Malang: Intrans Publishing.
- Sulistiyowati, Y. (2020). Kesetaraan Gender Dalam Lingkup Pendidikan dan Tata Sosial. *Ijougs: Indonesian Journal of Gender Studies*, 1(2), 1-14.
- Zahidi, S. (2023). *Global Gender Gap Report 2023*. World Economic Forum. Diakses dari <https://www.weforum.org>.



SELF-IMPROVEMENT ALA GEN Z: STRATEGI KONTEN SATU PERSEN DI YOUTUBE

Zharifah Nurjanah, Syahrul Hidayanto

YouTube sebagai Sumber Informasi Kesehatan Mental bagi Generasi Z

YouTube merupakan salah satu media sosial yang mampu memenuhi kebutuhan informasi penggunanya. Berdasarkan laporan Kemp (2023), sebanyak 139 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna YouTube. Platform ini sangat diminati karena memberikan kemudahan akses informasi secara audiovisual (Cecariyani & Sukendro, 2018). Informasi yang tersedia mencakup berbagai aspek kehidupan dan gaya hidup, yang menjadi kebutuhan harian individu dalam bersosialisasi.

Konten di YouTube sangat beragam dan disesuaikan dengan target audiens masing-masing pemilik akun. Beberapa topik populer yang diunggah meliputi keuangan, kesehatan, pendidikan, kuliner, komedi, ulasan produk, opini, kesehatan mental, motivasi, serta beragam konten lainnya. Baru-baru ini, pencarian terkait kesehatan menjadi salah satu kata kunci yang banyak diminati pengguna YouTube (Lee et al., 2022). Dalam pencarian informasi, banyak individu memulai dengan Google, termasuk untuk topik kesehatan mental. Berdasarkan hasil pencarian, beberapa kanal YouTube seperti Kampus Psikologi, Analisa Channel, Satu Persen, Ruang Moral, dan Greatmind menjadi rekomendasi untuk konten kesehatan mental.

Kanal YouTube Satu Persen didirikan pada Desember 2018 oleh Ifandi Khairun Rahim, seorang alumni Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Pada November 2019, kanal ini menjadi salah satu kanal dengan pertumbuhan tercepat di dunia (Satu Persen, 2023). Hingga 13 Oktober 2023, Satu Persen telah memiliki 3.020.000 *subscriber*. Kanal ini berfokus pada edukasi *life skills* dan pelajaran hidup yang tidak diajarkan dalam kurikulum pendidikan formal di Indonesia. Tujuan utama Satu Persen adalah membantu individu mencapai kehidupan ideal agar dapat bertahan dan menikmati hidup. Kanal ini menyediakan pendekatan unik melalui kurikulum yang disebut "Kurikulum Satu Persen."

Melalui analisis menggunakan Social Blade, Satu Persen mendapat nilai B, sementara Greatmind dan Ruang Moral memperoleh nilai B-. Social Blade menampilkan informasi performa kanal, seperti jumlah konten, pengikut, video ditonton, serta diagram pertumbuhan harian. Hasil penelitian Lee et al. (2022) menunjukkan 40,8% individu menggunakan YouTube sebagai sumber informasi kesehatan, sementara 39,2% memilih WHO. Media digital dianggap lebih mudah dan cepat dalam menyediakan informasi yang relevan dan dapat diakses sesuai kebutuhan.

Generasi Z menjadi fokus utama karena rentan terhadap masalah kesehatan mental. Survei McKinsey Health Institute menemukan bahwa Gen Z memiliki tingkat keterpurukan mental tertinggi dibanding generasi lain, yakni 21% (Coe et al., 2023). Di Indonesia, survei *Indonesia National Adolescent Mental Health Survey* (I-NAMHS) 2022 menunjukkan sekitar 15,5 juta remaja mengalami gangguan kesehatan mental, dengan kecemasan sebagai masalah utama akibat isu-isu seperti *bullying*, *FOMO*, *flexing*, dan *quarter-life crisis* (Gloriabarus, 2022; DetikEdu, 2023).

Generasi Z dikenal sebagai generasi digital, dengan rata-rata 8,5 jam sehari digunakan untuk media sosial (Lubis, 2021). Eksposur informasi kesehatan mental melalui media sosial membuat mereka lebih terbuka terhadap isu-isu tersebut (Republika, 2022). Proses transisi menuju kedewasaan mendorong

Generasi Z untuk terus memperbaiki diri melalui pemahaman yang mereka akses, termasuk dari YouTube seperti kanal Satu Persen. Keinginan untuk memahami kehidupan, mengatasi kecemasan, dan mencapai kualitas hidup ideal membuat Generasi Z terus mencari informasi di media sosial, yang menjadi pendukung peningkatan kualitas diri mereka (Yaqin, 2023).

Strategi Konten Kanal YouTube Satu Persen

Satu Persen adalah sebuah platform yang berfokus pada bidang pendidikan, khususnya dalam mengedukasi masyarakat tentang ilmu kehidupan. Dalam operasionalnya, pola pikir dan ekosistem kerja internal memainkan peranan penting dalam mendukung tujuan tersebut.

Satu Persen secara aktif memanfaatkan kolom komentar dan grup komunitas untuk memahami ekspektasi penonton terhadap konten yang diunggah. Salah satu komunitas yang dikelola adalah Satu Persen Collective Community (SPCC) di WhatsApp, yang dibagi berdasarkan wilayah seperti Jabodetabek, Bandung, Jogja & Jawa Tengah, serta Surabaya & Jawa Timur. Komunitas ini juga digunakan untuk melakukan survei tentang isu-isu yang menarik perhatian penonton. Selain itu, Satu Persen sering mengajak komunitasnya untuk terlibat dalam webinar dan kegiatan lain yang diselenggarakan. Mayoritas audiens Satu Persen berada pada rentang usia 19-22 tahun, dengan proporsi gender 61,8% laki-laki dan 38,2% perempuan.

Dalam menyusun ide dan naskah konten, Satu Persen mengandalkan tiga langkah utama:

- Refleksi terhadap masalah yang dihadapi orang-orang terdekat.
- Penelitian tentang topik yang sedang tren di internet.
- Observasi percakapan di tempat umum, seperti kafe saat bekerja bersama tim.

Dari hasil tersebut, tim menyusun daftar ide yang kemudian dikembangkan menjadi naskah konten. Dalam setiap unggahan, Satu Persen menggunakan teknik voice over (VO) yang diisi oleh CEO mereka, Evan, karena analisis menunjukkan suara Evan lebih disukai oleh audiens dibanding VO lainnya. Identitas visual Satu Persen mencakup penggunaan teknologi AI untuk memperjelas pesan audio, warna kuning sebagai elemen khas, serta penyampaian konten yang edukatif dan informatif. Proses pembuatan konten selalu didukung oleh referensi artikel dan jurnal terkini, baik dari dalam maupun luar negeri, dengan batas maksimal lima tahun terakhir.

Satu Persen memiliki jadwal unggahan 2-3 kali per minggu. Untuk meningkatkan variasi konten, mereka berencana mengembangkan topik-topik baru, termasuk isu kehidupan dan kondisi sosial ekonomi di luar negeri. Sementara itu, dalam mengoptimalkan kanal YouTube, Satu Persen menerapkan teknik *search engine optimization* (SEO) dan memanfaatkan strategi Omni Channel Marketing. Teknik ini memungkinkan promosi konten di berbagai platform media sosial dengan satu kali klik, menciptakan hubungan saling mendukung antar-saluran.

Dalam menjaga solidaritas internal, tim Satu Persen sering melakukan kegiatan bersama seperti berkemah atau sesi *sharing*. Tim ini terdiri dari sekitar 20 orang, dengan sebagian besar anggotanya tinggal di lokasi yang berdekatan, sehingga memudahkan koordinasi. Untuk hubungan eksternal, Satu Persen aktif membangun kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk para pemangku kepentingan di industri yang relevan.

Strategi Konten Channel Media Edukasi di YouTube

Strategi konten adalah kunci bagi seorang *content creator* untuk menghasilkan video yang menarik dan informatif. Bagi kanal YouTube yang berfokus pada edukasi, strategi ini penting untuk menjawab kebutuhan audiens serta meningkatkan kepercayaan mereka. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan:

1. Melakukan Riset dan Observasi

Media edukasi perlu menyajikan informasi yang akurat dan kredibel. Proses ini mencakup riset mendalam untuk memahami kebutuhan audiens. Contohnya, kanal Kok Bisa? mencari ide dari majalah, portal berita, dan komentar audiens. Sementara itu, Satu Persen menggunakan survei komunitas, pengamatan sosial, dan refleksi terhadap isu terkini. Riset yang terarah memungkinkan *content creator* untuk menciptakan konten yang relevan dan menarik. Penggunaan jurnal sebagai referensi, seperti yang dilakukan oleh kedua kanal ini, memastikan data yang disampaikan dapat dipercaya.

2. Orisinalitas Visual dan Suara

Ciri khas visual dan suara adalah elemen penting dalam membangun *branding* kanal. Kok Bisa? menggunakan animasi untuk menyampaikan edukasi secara kreatif, sedangkan Satu Persen memanfaatkan footage asli yang relevan dengan tema konten. Dari segi estetika, Satu Persen konsisten dengan warna kuning sebagai elemen identitas, sedangkan Kok Bisa? mengutamakan narasi berbasis animasi. Untuk audio, keduanya menggunakan *voice-over* (VO) sebagai identitas suara kanal, memastikan narasi terdengar unik dan berkesan di telinga audiens.

3. Menggunakan Clickbait yang Tepat

Clickbait dengan judul provokatif dapat menarik perhatian *audiens*, tetapi harus tetap sesuai dengan isi konten agar tidak menyesatkan. Satu Persen memanfaatkan *clickbait* secara positif, yaitu memancing rasa ingin tahu tanpa melanggar etika. Strategi ini juga mendorong audiens untuk membaca caption dengan seksama dan memahami konten hingga tuntas.

4. Mengunggah Konten pada Waktu yang Tepat

Momentum waktu unggah dapat memengaruhi jumlah penonton. Misalnya, Satu Persen sering memanfaatkan periode transisi semester akademik untuk membahas topik relevan seperti *quarter-life crisis* atau pengembangan diri. Pemilihan

waktu unggah yang tepat, seperti hari tertentu dalam minggu atau bulan tertentu dalam tahun, juga dapat meningkatkan interaksi dan popularitas konten.

5. Investasi dalam Konten

Menggunakan stok footage atau video pra-rekaman memungkinkan *content creator* untuk menghemat waktu dan biaya, sambil menjaga kualitas visual. Dengan memiliki cadangan konten yang cukup, kanal dapat terus mempublikasikan video secara konsisten tanpa terganggu oleh kendala teknis.

Strategi konten yang tepat, mulai dari riset hingga pemanfaatan visual, suara, dan waktu unggah, dapat membantu kanal media edukasi di YouTube membangun audiens yang loyal. Pendekatan seperti yang diterapkan oleh Kok Bisa? dan Satu Persen menunjukkan bahwa kreativitas dan konsistensi adalah kunci keberhasilan di dunia media edukasi.

YouTube sebagai Platform Edukasi dan Pengembangan Diri

Media sosial menjadi sarana utama untuk mendapatkan informasi secara mudah dan cepat sekaligus berinteraksi dengan orang lain. Di era digital ini, konten pembelajaran dalam bentuk video interaktif yang menarik dan mudah dipahami semakin banyak ditemukan di platform seperti YouTube. YouTube telah menjadi salah satu media sosial paling populer di Indonesia, terutama di kalangan Generasi Z. Platform ini menawarkan berbagai jenis konten, mulai dari vlog, tutorial memasak, video motivasi, hingga pengembangan diri. Popularitas YouTube di kalangan Gen Z juga didorong oleh keunggulannya dalam menyediakan konten yang beragam, baik berdurasi panjang maupun pendek, serta fitur siaran langsung yang memudahkan interaksi.

Selain itu, YouTube dikenal dengan koleksi konten yang mendalam dan informatif. Dengan banyaknya kanal edukasi seperti Kok Bisa?, Satu Persen, Zenius, dan lainnya, platform ini menjadi

alternatif yang efektif bagi Gen Z untuk memperoleh pengetahuan dan meningkatkan keterampilan.

YouTube menyediakan berbagai konten pengembangan diri, mulai dari video animasi hingga siaran langsung. Konten-konten ini membantu audiens memahami berbagai aspek pengembangan diri, seperti membangun pola pikir positif, meningkatkan rasa percaya diri, hingga mengatasi pikiran negatif. Misalnya, kanal Self Dev by Andreas Bordes berhasil menarik perhatian mahasiswa Indonesia untuk meningkatkan pengembangan diri mereka. Banyak penonton merasa lebih termotivasi dan berani menghadapi tantangan setelah terpapar konten pengembangan diri yang disajikan secara sederhana dan relatable.

Namun, penting bagi pengguna untuk menyaring konten yang mereka konsumsi agar terhindar dari informasi yang tidak relevan atau negatif. Dengan memilih konten yang sesuai, YouTube dapat menjadi alat bantu yang efektif untuk memperbaiki kebiasaan, pola pikir, dan perilaku sehari-hari.

Referensi

- Cecariyani, & Sukendro. (2018). Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495–502.
- Coe, et al. (2023). *Gen Z mental health: The impact of Tech And social Media*. McKinsey Health Institute, April, 1–12. <https://www.mckinsey.com/mhi/our-insights/gen-z-mental-health-the-impact-of-tech-and-social-media>.
- DetikEdu. (2023). *Gangguan Kesehatan Mental Gen Z Meningkat 200%, Pakar Ungkap 2 Penyebabnya* Baca artikel detikedu, "Gangguan Kesehatan Mental Gen Z Meningkat 200%, Pakar Ungkap 2 Penyebabnya. Detikedu. <https://detik.com/edu/detikpedia/d-7096836/gangguan-kesehatan-mental-gen-z-meningkat-200-pakar-ungkap-2-penyebabnya>.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Datareportal.

- Lee, et al. (2022). Lee, J., Turner, K., Xie, Z., Kadhim, B., & Hong, Y.-R. (2022). Association Between Health Information–Seeking Behavior on YouTube and Physical Activity Among U.S. Adults: Results From Health Information Trends Survey 2020. *AJPM Focus*, 1(2), 100035.
- Lubis, A. S. (2021). *Generasi Z Dan Entrepreneurship Studi Teoritis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha*. byPASS. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=VwatEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=sakitri+tentang+generasi+z&ots=WyOsBeWaCu&sig=9s9eR9VzLZZwsQxOo8v1t2GJpkU&redir_esc=y#v=onepage&q=sakitri tentang generasi z&f=false.
- Putra, I. P. A. M. (2023). *Pengaruh Intensitas Menonton Konten Youtube Satupersen Terhadap Perilaku Sehat Mental Subscriber*. Skripsi, Universitasatma Jaya Yogyakarta.
- Republika. (2022). *Mental Gen Z Disebut tak Sekuat Generasi Terdahulu, Apa Betul?* Republika.
- Yaqin, M. F. A. (2023). *Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Tingkat Kepuasan Informasi Subscriber Pada Channel Youtube Satu*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.



CERITA CINTA LDR DI ALAMANDA: CARA SUAMI ISTRI JAGA HUBUNGAN TANPA TATAP MUKA

Putri Swari Azanni, Fikri Reza

Fenomena Long Distance Marriage

Pernikahan jarak jauh, atau yang sering disebut sebagai *Long Distance Marriage*, merupakan fenomena yang tidak asing, bahkan di Indonesia. Konsep ini menggambarkan kondisi di mana pasangan suami istri terpisah secara fisik, di mana salah satu pihak harus berada di kota lain untuk urusan tertentu, seperti pekerjaan, sementara pasangan lainnya tetap tinggal di rumah atau daerah asalnya (Pistole, dalam Ramadhini et al., 2015). Ada berbagai alasan mengapa pasangan suami istri tidak dapat tinggal bersama di satu tempat. Salah satu contoh yang sering terjadi adalah suami yang dipindahkan oleh perusahaan tempat ia bekerja ke kota lain, sementara istri tetap tinggal di kota asal, sehingga mereka harus menjalani pernikahan jarak jauh (Mahyudin, dalam Marini et al., 2008).

Menjalin hubungan pernikahan dalam keadaan jarak jauh bukanlah hal yang mudah, jika dibandingkan dengan pasangan yang tinggal bersama dan memiliki kesempatan bertemu hampir setiap hari. Pasangan yang mengalami pernikahan jarak jauh tentu menghadapi tantangan dalam menyelesaikan konflik yang berbeda dengan pasangan yang tinggal serumah. Faktor jarak, frekuensi

pertemuan, dan keterbatasan komunikasi menjadi penyebab utama perbedaan tersebut. Namun, tidak semua pasangan dapat menangani masalah ini dengan baik, sehingga penyelesaian konflik yang memuaskan dan hasil yang diharapkan tidak selalu tercapai (Purnamasari, 2008).

Komunikasi antarpribadi yang berkelanjutan dapat membentuk pola tertentu dalam proses komunikasi serta komponennya. Pola komunikasi diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan secara tepat, sehingga pesan dapat dipahami dengan baik. Dalam hal ini, komunikasi antarpribadi berfungsi untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan. Hal yang sama berlaku dalam komunikasi pasangan suami istri yang terpisah oleh jarak. Situasi seperti ini menjadi tantangan besar bagi mereka, karena mereka hanya dapat mengatasi masalah mereka melalui komunikasi via telepon atau media komunikasi lainnya, karena tidak memungkinkan untuk bertemu langsung.

Strategi Komunikasi dalam Pernikahan Jarak Jauh

Menjalin hubungan pernikahan dalam keadaan jarak jauh bukanlah hal yang mudah, terutama jika dibandingkan dengan pasangan yang tinggal bersama dan memiliki kesempatan bertemu hampir setiap hari. Berdasarkan pengamatan penulis, teknologi memainkan peran vital dalam menjaga komunikasi. Pasangan suami istri sering mengandalkan video call, pesan teks, dan media sosial untuk tetap terhubung, yang membantu mereka menjaga keintiman dan kehadiran emosional. Namun, kualitas komunikasi ini kadang terganggu oleh masalah teknis seperti koneksi internet yang buruk dan perbedaan zona waktu, yang dapat menyebabkan ketegangan atau kesalahpahaman. Selain itu, pasangan pernikahan jarak jauh biasanya memiliki strategi khusus untuk mengelola konflik, seperti komunikasi yang lebih terbuka dan terstruktur, karena mereka tidak bisa menyelesaikan masalah secara langsung.

Dalam hal komunikasi antarpribadi, pasangan suami istri yang menjalani pernikahan jarak jauh memiliki pola komunikasi

tertentu. Mereka menggunakan komunikasi verbal, seperti melalui pesan teks untuk membahas kabar masing-masing, kabar anak, dan hal-hal lain. Selain itu, komunikasi non-verbal juga digunakan, meskipun terbatas pada simbol-simbol tertentu, seperti kata “sayang” sebagai bentuk ekspresi kasih sayang.

Banyak pasangan juga memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp untuk berkomunikasi, yang menyediakan fitur-fitur mendukung komunikasi jarak jauh, seperti chatting, telepon, dan video call. WhatsApp memungkinkan pasangan untuk tetap berhubungan meskipun jarak memisahkan mereka. Beberapa pasangan mengungkapkan bahwa komunikasi mereka sangat bergantung pada teknologi ini, misalnya, salah satu istri menyebutkan bahwa suaminya selalu menghubunginya lewat WhatsApp setelah pulang kerja untuk menanyakan keadaan anak dan istri.

Terkadang, komunikasi dalam hubungan jarak jauh bisa bersifat satu arah, tergantung pada waktu dan kondisi tertentu, seperti masalah sinyal yang terbatas atau jarangya kesempatan untuk berkomunikasi. Salah satu istri mengungkapkan bahwa komunikasi mereka jarang dilakukan dan tergantung pada kapan suaminya memiliki kesempatan untuk menghubungi, atau pada saat mendapatkan sinyal yang cukup.

Namun, komunikasi yang efektif dalam hubungan jarak jauh memerlukan umpan balik yang saling diberikan untuk menjaga hubungan tetap terjalin dengan baik. Salah satu pasangan mencontohkan bahwa mereka saling memberikan respon, tidak hanya sekadar saling berkabar, tetapi juga berdiskusi tentang hal-hal lain yang penting bagi mereka. Meskipun menghadapi berbagai kendala, pasangan suami istri yang menjalani pernikahan jarak jauh berusaha untuk mempertahankan hubungan mereka dengan beradaptasi terhadap kondisi yang ada. Penyebab utama pernikahan jarak jauh yang dialami pasangan-pasangan ini adalah faktor pekerjaan, di mana salah satu pihak harus berada di tempat yang jauh untuk memenuhi tuntutan pekerjaan.

Kepuasan dalam komunikasi sangat penting, dan beberapa pasangan merasa puas dengan kualitas komunikasi mereka karena mereka sudah berkomitmen satu sama lain. Misalnya, salah satu istri mengatakan bahwa meskipun mereka telah berkomunikasi jarak jauh selama lebih dari empat tahun, mereka berhasil mempertahankan hubungan mereka dengan saling menguatkan kepercayaan. Pemeliharaan hubungan dalam pernikahan jarak jauh memerlukan usaha yang konsisten dari kedua belah pihak untuk mempertahankan komunikasi yang baik, kejujuran, keterbukaan, kepercayaan, serta berbagi tanggung jawab untuk menjaga stabilitas dan keharmonisan hubungan.

Kepercayaan menjadi pondasi yang kuat dalam hubungan jarak jauh. Para pasangan menekankan pentingnya komunikasi dan kejujuran untuk mengatasi krisis kepercayaan yang sering muncul dalam hubungan seperti ini. Komunikasi yang positif juga memainkan peran penting dalam menjaga hubungan tetap harmonis, misalnya dengan memberi dukungan, pujian, dan membangun kepercayaan diri satu sama lain. Salah satu istri menyebutkan pentingnya berbagi cerita tentang perkembangan anak dan berbagi foto aktivitas anak sebagai bagian dari komunikasi positif mereka.

Keterbukaan dalam berbagi informasi dan perasaan juga menjadi faktor penting. Beberapa pasangan mengungkapkan bahwa berbicara secara jujur tentang pengeluaran dan perkembangan anak membantu menghindari konflik dan menjaga keharmonisan hubungan. Selain itu, berbagi tugas dalam hubungan juga tercermin dari bagaimana pasangan membicarakan pengeluaran dan hal-hal yang memerlukan kerjasama. Ini menunjukkan bahwa meskipun terpisah jarak, pasangan tetap berusaha untuk berbagi tanggung jawab dalam hubungan mereka. Jaringan dukungan sosial dari keluarga dan teman juga penting dalam menjaga kelangsungan hubungan jarak jauh, meskipun hal ini tidak selalu dibahas secara eksplisit, namun keberadaan dukungan dari orang lain dapat membantu pasangan dalam menjalani hubungan jarak jauh mereka.

Pola Komunikasi Pasangan Suami Istri dalam Pernikahan Jarak Jauh

Pola komunikasi antarpribadi pasangan suami istri yang menjalani pernikahan jarak jauh dapat dipengaruhi oleh profesi suami mereka, dengan berbagai aspek kunci yang mencerminkan kebutuhan dan tantangan yang mereka hadapi. Pada pasangan yang suaminya berprofesi sebagai polisi, seperti informan IR, pola komunikasi yang diterapkan melibatkan komunikasi melalui WhatsApp teks, telepon, dan video call. Karena pekerjaan polisi yang sering mengharuskan mereka bekerja dengan jadwal yang tidak menentu, termasuk shift malam dan situasi darurat, pasangan seringkali mengandalkan media komunikasi elektronik untuk tetap terhubung. Selain itu, teknologi komunikasi seperti WhatsApp dan telepon juga digunakan untuk memperlancar komunikasi mereka, yang bisa berlangsung lebih banyak melalui pesan singkat atau telepon karena situasi kerja yang kadang terganggu. Di sisi lain, pola komunikasi sirkular juga diterapkan, dengan pembahasan yang lebih sering berfokus pada perkembangan anak, sebuah topik yang sangat diminati oleh sang suami.

Pada pasangan yang suaminya bekerja di TNI, seperti informan YE, pola komunikasi yang digunakan mencakup chatting, telepon, dan video call. Pekerjaan TNI yang menuntut penempatan di lokasi-lokasi jauh dengan waktu penugasan yang lama menciptakan jarak dalam hubungan mereka. Selain itu, ada situasi di mana komunikasi dibatasi oleh alasan keamanan, yang mengharuskan mereka mengandalkan komunikasi yang lebih terencana. Di sini, WhatsApp dan smartphone menjadi alat utama dalam mendukung komunikasi mereka, sementara pola komunikasi sirkular lebih menonjol, dengan topik yang sering dibahas mengenai pekerjaan, pengeluaran, dan pemasukan.

Bagi pasangan yang suaminya bekerja sebagai pelaut, seperti informan RM, pola komunikasi yang diterapkan lebih bersifat jarang dan didominasi oleh komunikasi intrapersonal. Pekerjaan yang mengharuskan suami berada di laut selama berbulan-bulan mengurangi frekuensi komunikasi, dan akses terhadap alat

komunikasi sering kali terbatas. Meskipun demikian, komunikasi tetap dilakukan melalui WhatsApp, meskipun sering kali bersifat satu arah (pola komunikasi linier) karena masalah sinyal dan perbedaan zona waktu. Hal ini menyebabkan respons menjadi tidak langsung dan hanya terjadi pada waktu-waktu tertentu.

Pada pasangan yang suaminya berprofesi sebagai karyawan swasta, seperti informan IF, pola komunikasi yang diterapkan lebih intensif. Mereka menggunakan berbagai alat komunikasi seperti chatting, telepon, dan video call setiap hari, yang memungkinkan mereka untuk tetap terhubung meskipun memiliki variasi jam kerja dan kesibukan. Media sosial dan smartphone, terutama WhatsApp, mempermudah mereka untuk berbagi informasi. Pola komunikasi sirkular juga diterapkan dengan saling merespons dan memberikan sikap positif satu sama lain, yang membantu menjaga keharmonisan dalam hubungan.

Meskipun menghadapi berbagai hambatan dalam pernikahan jarak jauh, seperti keterbatasan sinyal, kurangnya kontak fisik, rasa kesepian, dan krisis kepercayaan, pasangan-pasangan ini tidak menjadikan hal tersebut sebagai penghalang untuk tetap berkomunikasi dan menjaga hubungan mereka. Kejujuran, keterbukaan, dan saling percaya tetap menjadi elemen penting dalam memelihara hubungan mereka, selain komunikasi yang terus dijaga sebagai kunci utama agar hubungan tetap bertahan.

Referensi

- Ananda, R. (2017). *Kepuasan Pernikahan Pada Suami/Istri Dengan Hubungan Jarak Jauh (Long Distance Relationship)*. Disertasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fhitrah, KME, & Afdal, A. (2021). Kualitas perkawinan: Analisis terhadap pasangan yang melakukan pernikahan jarak jauh. *Jurnal Internasional Konseling Terapan dan Ilmu Sosial*, 2(1), 34-40.
- Krisnatuti, D. (2024). Karakteristik Keluarga, Dukungan Sosial, Interaksi Suami-Istri, dan Kualitas Perkawinan Pada

Keluarga dengan Pernikahan Jarak Jauh. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 17(1), 41-52.

Prameswara, A. D., & Sakti, H. (2016). Pernikahan Jarak Jauh (Studi Kualitatif Fenomenologis Pada Istri Yang Menjalani Pernikahan Jarak Jauh). *Jurnal Empati*, 5(3), 417-423.



SUARA PEREMPUAN KORBAN KDRT: CERITA KOMUNIKASI DI TENGAH LUKA

Fany Nur Azizah, Dina Kristina

Kekerasan dalam Rumah Tangga di Indonesia

Kekerasan merupakan salah satu masalah besar di Indonesia, dengan korban jiwa yang jumlahnya sangat signifikan. Kekerasan ini dapat berupa kekerasan fisik, psikologis, seksual, finansial, dan spiritual yang berpotensi menyebabkan trauma mendalam bagi korban. Salah satu bentuk kekerasan yang paling sering dilaporkan adalah Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT), yang merupakan permasalahan global yang terjadi di berbagai masyarakat.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Komnas Perempuan sejak tahun 2001, kekerasan dalam rumah tangga menjadi kasus tertinggi yang dilaporkan. Laporan dalam Catatan Tahunan 21 Tahun menunjukkan bahwa kekerasan di ranah personal tercatat sebanyak 2,5 juta kasus, dengan kasus terbanyak adalah Kekerasan Terhadap Istri (KTI) sebanyak 484.993 kasus, diikuti dengan Kekerasan Terhadap Anak (KTAP) sebanyak 17.097 kasus, yang dilakukan oleh anggota keluarga (Komnas Perempuan, 2024).

Selain itu, berdasarkan data dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) yang dihimpun dari SIMFONI-PPA (Sistem Informasi *Online* Perlindungan Perempuan dan Anak) periode 1 Januari hingga 14

Juni 2024, Provinsi Jawa Barat tercatat sebagai wilayah dengan jumlah kasus kekerasan tertinggi di Indonesia. Jawa Barat mengalami 977 kasus kekerasan, dengan kekerasan dalam rumah tangga menjadi bentuk yang paling banyak dialami, yakni sebanyak 653 kasus. Kota Bekasi tercatat sebagai kota dengan jumlah kasus kekerasan tertinggi kedua di Jawa Barat, yaitu sebanyak 127 kasus (SIMFONI-PPA, 2024). Data ini hanya mencakup kasus kekerasan yang dilaporkan.

Belakangan ini, angka kasus Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) di Kota Bekasi terus meningkat. Dalam kegiatan Kampanye Penghapusan KDRT di Ruang Publik yang diadakan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA), disampaikan bahwa sejak tahun 2022, jumlah kasus kekerasan terhadap perempuan, terutama dalam rumah tangga, semakin tinggi. Sebanyak 56,3% pelaku kekerasan adalah suami korban (Afrian, 2023).

Ketidaksetaraan gender yang dialami oleh perempuan menjadi salah satu faktor utama meningkatnya kasus kekerasan ini, sejalan dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1984 yang mengesahkan konvensi mengenai penghapusan segala bentuk diskriminasi terhadap wanita. Banyak korban KDRT yang enggan melaporkan kekerasan yang mereka alami, karena takut akan stigma sosial, merasa malu, atau menganggap bahwa masalah tersebut adalah persoalan pribadi yang tidak layak untuk disebarluaskan. Anggapan bahwa KDRT merupakan aib keluarga yang harus disembunyikan menyebabkan korban terus menerus mengalami kekerasan tanpa melaporkannya kepada pihak berwenang, sehingga mereka hanya menyimpan pengalaman negatif tersebut.

Setiap individu memiliki pengalaman komunikasi yang membentuk makna dalam situasi atau peristiwa tertentu. Hal ini juga berlaku dalam hubungan suami istri, di mana komunikasi selalu memainkan peran penting (Salsabila et al., 2023). Menurut Hafiar (2012), dalam pengalaman komunikasi, terdapat proses interaksi yang akhirnya membentuk makna dan simbol tertentu.

Dalam kehidupan rumah tangga, pasangan tentu akan mengalami komunikasi positif dan negatif. Pasangan yang mengalami komunikasi positif secara konsisten cenderung menghindari pertengkaran dan kesalahpahaman, sedangkan pasangan yang terus-menerus menghadapi komunikasi negatif akan memunculkan persepsi buruk yang berujung pada gangguan komunikasi, seperti pertengkaran, kesalahpahaman, dan hilangnya rasa percaya diri.

Pada kasus kekerasan dalam rumah tangga, komunikasi yang terjadi sering kali berupa komunikasi verbal dan nonverbal. Kekerasan komunikasi verbal dapat berupa penghinaan, ancaman, dan manipulasi yang dilontarkan kepada korban. Contohnya, suami yang menyalahkan istrinya dengan kata-kata merendahkan seperti, “Dasar tidak berguna,” “Kalau kamu tidak nurut, habis kamu!” atau “Dasar bodoh, ngurus anak aja gak becus!” Sementara itu, kekerasan komunikasi nonverbal bisa berupa bahasa tubuh, ekspresi wajah, atau tindakan fisik yang bertujuan untuk mengancam korban, seperti tatapan tajam sebagai intimidasi, mengepalkan tangan seolah siap untuk memukul, atau menghancurkan barang-barang di sekitar korban.

Pengalaman Komunikasi Sebelum, Saat, dan Setelah KDRT

Kekerasan dalam rumah tangga tidak terjadi secara mendadak, melainkan melalui serangkaian tahapan yang melibatkan berbagai kondisi. Pada awalnya, dalam rumah tangga yang harmonis, pasangan cenderung menghasilkan makna positif satu sama lain. Sebelum mengalami KDRT, korban sering kali merasa bahagia dan menggambarkan hubungan mereka sebagai hubungan yang normal, dengan saling menyayangi. Namun, seiring berjalannya waktu, interaksi antara pelaku dan korban mulai menunjukkan adanya kesalahpahaman, yang membuat komunikasi verbal mereka menjadi tidak efektif.

Pada awalnya, pelaku sudah menunjukkan tanda-tanda negatif dalam interaksi verbal, seperti menggunakan kata-kata kasar kepada korban. Perkataan kasar yang terus-menerus

diterima oleh korban, seperti "Bangat lo! Anjing lo!" dapat menyebabkan gangguan emosional dan psikologis pada korban. Selain perkataan kasar, pelaku juga sering melakukan tindakan manipulatif, seperti playing victim dan guilt tripping, yang bertujuan untuk membalikkan kesalahan kepada korban. Pelaku sering menyalahkan korban atas tindakan yang dia lakukan, dengan dalih bahwa itu adalah bentuk kasih sayang, seperti pernyataan "Kan aku gini gara-gara kamu, karena aku sayang kamu." Pelaku juga kerap membenarkan tindakannya dengan menyalahkan korban, seperti berkata "Enggak, dia yang salah." Melalui manipulasinya, pelaku membuat korban merasa bersalah dan rendah diri, yang membuat korban terjebak dalam pikirannya sendiri.

Ketika kekerasan terjadi, interaksi antara pelaku dan korban menjadi semakin negatif, dengan ketegangan yang tinggi dalam komunikasi. Pada saat KDRT terjadi, hubungan tersebut ditandai dengan penyerangan dari pelaku dan korban yang berdiam diri tidak berdaya. Terkadang, korban mencoba melawan, namun karena perbedaan kekuatan fisik antara perempuan dan laki-laki, korban sering kali kalah telak, dan kekerasan yang diterima menjadi semakin parah. Kekerasan fisik yang dialami korban sering kali dimulai dari masalah kecil yang dibesar-besarkan oleh pelaku, yang akhirnya memicu konflik. Salah satu contoh adalah ketika korban salah menyiapkan makanan yang bentuknya tidak sesuai dengan yang diinginkan pelaku, yang berujung pada pemukulan.

Dalam beberapa kasus, pelaku juga menggunakan benda, seperti jam tangan besi, untuk menyerang korban, mengakibatkan luka lebam dan bengkak, terutama di sekitar mata dan mulut. Fenomena ini menunjukkan bagaimana interaksi negatif yang terjadi secara terus-menerus dapat berkembang menjadi perilaku kekerasan yang lebih serius. Akibat kekerasan yang dialami selama bertahun-tahun, korban mengalami trauma yang mendalam, yang membuat mereka merasa takut dan rendah diri.

Walaupun korban telah berpisah dengan pelaku, kekerasan dan gangguan dari pelaku tidak berhenti. Pelaku bahkan berusaha untuk bertemu kembali dengan korban dan ingin rujuk, serta melakukan teror kepada pasangan baru korban. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku tidak merasa bersalah atas perbuatannya di masa lalu dan enggan meminta maaf dengan tulus. Sebaliknya, pelaku justru menyalahkan korban. Setelah melalui pengalaman tersebut, korban menjadi lebih berhati-hati dalam menjalin hubungan baru. Pengalaman masa lalu mengajarkan korban untuk lebih waspada dan membatasi sejauh mana orang lain dapat menyakiti mereka. Dari pengalaman ini, korban menjadi lebih sensitif dan peka dalam menilai karakter dan sifat seseorang, bahkan dalam pertemuan pertama. Mereka menyadari bahwa diri mereka terlalu berharga untuk diperlakukan dengan semena-mena seperti yang pernah mereka alami sebelumnya.

Fase Pernikahan yang Dialami Korban

Dalam kehidupan pernikahan, terdapat beberapa fase yang dialami korban sebelum kekerasan dalam rumah tangga terjadi. Fase-fase ini menggambarkan dinamika hubungan yang berkembang seiring waktu.

- Pada awal pernikahan, pasangan seringkali mengalami fase bulan madu. Fase ini ditandai dengan perasaan bahagia, saling memahami, dan menghargai satu sama lain. Pada fase ini, pelaku berusaha untuk memperbaiki hubungan dengan korban melalui permintaan maaf dan menghabiskan waktu bersama. Pelaku menunjukkan perhatian dan kasih sayang lebih dari biasanya, yang sering kali digunakan untuk memanipulasi perasaan korban. Hal ini membuat korban sulit melepaskan diri dari lingkaran kekerasan. Oleh karena itu, penting bagi korban untuk waspada dan mengenali bahwa fase bulan madu hanya bersifat sementara.
- Setelah fase bulan madu, pernikahan memasuki fase penyesuaian. Fase ini ditandai dengan munculnya perilaku dan sifat asli pasangan yang sebelumnya tidak terlihat. Pada

fase ini, pasangan mulai menyadari kekurangan satu sama lain, termasuk perilaku yang tidak baik atau abusive. Pelaku mulai menunjukkan kebiasaan buruk yang mengarah pada kekerasan.

- Fase berikutnya adalah fase buffering atau ketegangan. Pada tahap ini, pasangan mulai menghadapi berbagai konflik dan kesulitan dalam hubungan mereka. Ketegangan yang awalnya hanya berupa interaksi verbal yang tidak dikelola dengan baik, bisa berkembang menjadi konflik besar yang mengarah pada kekerasan fisik.

Pemicu Terjadinya Kekerasan dalam Rumah Tangga

Masih banyak masyarakat yang memiliki pandangan bahwa perempuan cenderung lebih lemah dalam mencari nafkah. Pandangan ini mencerminkan adanya ketimpangan gender yang mengakar dalam struktur sosial, di mana perempuan sering kali dianggap tidak mampu bersaing secara ekonomi dengan laki-laki. Namun, kenyataannya perempuan mampu mencapai keberhasilan ekonomi yang lebih tinggi. Hal ini terbukti dalam pengalaman korban yang berhasil menyebabkan pelaku merasa cemburu atas pencapaiannya. Rasa cemburu ini menjadi salah satu pemicu kekerasan dalam rumah tangga yang dialami korban. Pelaku merasa insecure karena korban memiliki penghasilan yang lebih tinggi, lebih banyak relasi, dan pendidikan yang lebih baik.

Selain itu, kekerasan dalam rumah tangga pada salah satu korban dipicu oleh kebiasaan pelaku yang sering menonton film bergenre horor dan psikopat. Setelah menonton film-film tersebut, korban kerap menjadi objek pelampiasan kekerasan pelaku. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi media yang mengandung unsur kekerasan dapat mempengaruhi perilaku seseorang, meningkatkan kecenderungan untuk berperilaku kasar dan agresif. Perselingkuhan yang dilakukan pelaku secara berulang juga menjadi salah satu faktor pemicu kekerasan dalam rumah tangga.

Latar belakang pelaku turut berperan dalam kekerasan yang terjadi. Salah satu pelaku adalah seorang anak karate yang sudah

mencapai sabuk hitam. Pelaku memanfaatkan teknik-teknik yang dipelajari dalam karate untuk melakukan penganiayaan terhadap korban, menggunakan tendangan dan pukulan dengan tangan, kepala, dan kaki. Akibat dari tindakannya, pelaku dikenakan hukuman sesuai Pasal 44 ayat (4) UU PKDRT No. 23 Tahun 2004, dengan pidana penjara paling lama 4 bulan. Sementara itu, pelaku lain yang berstatus sebagai seorang polisi memiliki perilaku menyimpang seperti suka bermain perempuan, kecanduan judi, pengguna narkoba, dan kasar. Akibat kekerasan yang dilakukannya, pelaku dijatuhi hukuman PTDH (Pemberhentian Tidak Dengan Hormat).

Referensi

- Afrian, D. (2023, October 19). *Faktor Ekonomi Picu Puluhan Kasus KDRT*. Radarbekasi.Id.
<https://radarbekasi.id/2023/10/19/faktor-ekonomi-picu-puluhan-kasus-kdrt/>.
- Komnas Perempuan. (2024, May 15). *Siaran Pers Komnas Perempuan Memperingati Hari Keluarga Internasional 2024*. Komnas Perempuan.
- Salsabila, A. D., Bajari, A., & Setiawan, A. (2023). Pengalaman Komunikasi Perempuan Korban Kekerasan dalam Pacaran. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(3), 150–167.
- SIMFONI-PPA. (2024, October 1). *Data Kasus Kekerasan Tahun 2024*. Kemenpppa.
<https://kekerasan.kemenpppa.go.id/ringkasan>



FOTO SEPUASNYA, BAYAR SEIKHLASNYA: JURUS KREATIF JURUPOTO STUDIO DI INSTAGRAM

Selvy Ardella, Pagi Muhammad

Strategi Pemasaran Bisnis Melalui Instagram

Strategi pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam dunia bisnis. Setiap pelaku usaha harus memiliki rencana pemasaran yang jelas dan terstruktur, yang bertujuan untuk membentuk kesadaran dan pemahaman konsumen. Perencanaan yang matang dibutuhkan oleh perusahaan agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat diterima oleh konsumen. Dalam menjalankan bisnis, penting untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, menawarkan harga yang ekonomis, menyediakan kemasan yang menarik, serta memilih tempat yang mudah dijangkau oleh konsumen. Beberapa perusahaan juga memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk, seperti Facebook, Instagram, dan TikTok. Melalui strategi pemasaran ini, bukan hanya produk yang dijual, tetapi juga keuntungan dari produk atau jasa yang ditawarkan, yang bertujuan untuk mendorong minat konsumen.

Pada era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi alat yang sangat signifikan dalam dunia bisnis dan pemasaran. Sebelum adanya perkembangan media sosial, pelaku usaha sering kesulitan dalam memasarkan produk karena

terbatasnya saluran promosi. Namun, saat ini, siapa saja dapat memulai usaha, baik kecil maupun besar, dengan dukungan promosi yang lebih mudah melalui berbagai aplikasi dan platform media sosial. Salah satu media sosial yang memiliki pengaruh besar dalam pemasaran *online* adalah Instagram.

Media sosial digunakan oleh masyarakat untuk berbagai tujuan, seperti hiburan, berbisnis, dan mencari informasi. Menurut laporan terbaru dari Napeloencat pada Februari 2024, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 88,861,000 orang, yang setara dengan 31,6 persen dari total penduduk Indonesia. Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah perempuan, dengan proporsi 54,8 persen. Pengguna Instagram di Indonesia yang berusia antara 25 hingga 34 tahun mencapai 35,4 juta orang, sementara pengguna perempuan lebih dominan di kelompok usia 18 hingga 24 tahun dengan jumlah 12,3 juta orang.

Dari data tersebut, dapat terlihat bahwa media sosial sering menjadi platform untuk berbagi konten pribadi, seperti foto atau video. Namun, media sosial juga menjadi sarana bagi pengusaha untuk mempromosikan usaha mereka. Banyak pengguna media sosial yang memanfaatkan Instagram untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada pengikut. Hal ini memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan promosi. Salah satu contoh adalah @jurupoto_studio, yang memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan jasa fotografi mereka. Mereka membagikan karya-karya mereka dan memperkenalkan layanan yang mereka tawarkan kepada pengikut mereka, sehingga tidak tertinggal dalam memanfaatkan potensi media sosial sebagai sarana promosi.

Promosi adalah bagian penting dari komunikasi pemasaran yang mengarahkan transaksi melalui aliran informasi. Perusahaan melakukan promosi untuk memperkenalkan barang atau jasa kepada konsumen. Promosi yang efektif dilakukan dengan menggunakan media yang tepat. Media yang baik dapat membantu membangun kesadaran merek dan menanamkan reputasi yang baik bagi produk dan perusahaan (Subiyanto & Valiant, 2022).

Pemilik "JURUPOTO" memulai perjalanan di dunia fotografi sejak tahun 2008, mengikuti jejak pamannya yang seorang fotografer pernikahan. Nama "JURUPOTO" mulai dikenal ketika keluarga klien memanggil mereka dengan sebutan tersebut saat salah satu pemotretan. Pada tahun 2011, pemilik memutuskan untuk memulai karirnya sendiri dan mengembangkan brand "JURUPOTO." Awalnya, pemilik bekerja sebagai fotografer freelance dari rumah ke rumah. Media sosial pertama yang digunakan untuk pemasaran *online* adalah Instagram. Walaupun sempat gagal dalam menggunakan fitur iklan berbayar, pemilik terus belajar dan akhirnya berhasil memanfaatkan Instagram secara optimal.

Pada tahun 2020, pemilik membuka studio foto pertama di Ruko D'smart G20 Telaga Mas Duta Harapan, Bekasi Utara. Namun, wabah COVID-19 yang melanda membuat pendapatan usaha menurun drastis. Untuk bertahan, pemilik kemudian menerapkan konsep "Bayar Seikhlasnya Foto Sepuasnya," agar pelanggan tetap bisa mengabadikan momen penting meski dengan keterbatasan biaya. Akun Instagram @jurupoto_studio saat ini memiliki 30 ribu pengikut dan 800 unggahan. Keunikan dari layanan yang ditawarkan adalah konsep "Bayar Seikhlasnya Foto Sepuasnya," yang tercantum di bio Instagram. Selain itu, kategori foto yang ditawarkan sangat beragam, mulai dari wisuda, prewedding, hingga foto keluarga dan produk pribadi. Jurupoto Studio juga menyediakan sewa baju adat dengan harga terjangkau, serta layanan cetak foto dengan berbagai ukuran. Meskipun konsep "Bayar Seikhlasnya" memberikan fleksibilitas pembayaran, pelanggan tetap diminta untuk membayar uang muka sebesar 50.000 Rupiah saat reservasi untuk memastikan keseriusan mereka. Setelah sesi foto selesai, hasil foto akan dikirimkan melalui Google Drive.

Pemilik percaya bahwa konsep ini membantu membangun kepercayaan pelanggan. Dengan memberi kebebasan kepada pelanggan dalam menentukan biaya, namun tetap mengutamakan kualitas foto dan pelayanan, hubungan jangka panjang dengan

pelanggan dapat tercipta, yang berujung pada kepuasan pelanggan. Meskipun konsep ini menimbulkan kontroversi di kalangan fotografer lain, pemilik merasa bahwa setiap usaha harus memiliki strategi yang berbeda agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat.

Komunikasi Pemasaran Jurupoto Studio

Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh @jurupoto_studio memiliki beberapa elemen penting yang teridentifikasi melalui observasi serta wawancara dengan pemilik dan admin Instagram mereka. Tujuan utama dari komunikasi pemasaran @jurupoto_studio adalah untuk memperkenalkan layanan fotografi dengan konsep unik "Bayar Seikhlasnya Foto Sepuasnya" kepada audiens yang lebih luas, serta untuk membangun kesadaran merek dan menarik pelanggan baru.

Dede Irawan menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran melalui Instagram menjadi strategi utama bagi Jurupoto Studio. Mereka memanfaatkan platform ini tidak hanya untuk mempromosikan layanan fotografi, tetapi juga untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikutnya. Konsep "Bayar Seikhlasnya Foto Sepuasnya" menjadi fokus utama dalam menarik perhatian dan memperkuat kesadaran merek di kalangan audiens. Menurut beliau, interaksi yang aktif dan responsif dengan pengikut sangat penting untuk menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka.

Pendekatan komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Jurupoto Studio tidak hanya sekadar untuk memasarkan produk, tetapi juga untuk menjalin hubungan emosional dengan komunitas pengguna mereka. Berdasarkan respons dan umpan balik yang diterima, @jurupoto_studio terus mengembangkan strategi untuk memastikan kepuasan pelanggan dan memperluas pengaruh mereka dalam industri fotografi. Melalui komunikasi yang efektif dan konten yang menarik, Jurupoto Studio berhasil memposisikan dirinya sebagai pilihan utama bagi mereka yang menginginkan layanan fotografi berkualitas dengan harga yang terjangkau.

Strategi Pemasaran Unik @jurupoto_studio melalui Instagram

Dalam menjalankan strateginya melalui Instagram, @jurupoto_studio mencantumkan konsep "Bayar Seikhlasnya Foto Sepuasnya" di profil akun mereka untuk menarik minat pelanggan. Dengan berbagai kategori foto yang ditawarkan, seperti foto wisuda, prewedding, keluarga, group, bayi, produk pribadi, dan maternity, pelanggan memiliki kebebasan memilih sesuai kebutuhan dan keinginan mereka.

Pelanggan yang ingin menggunakan layanan ini diwajibkan untuk melakukan reservasi terlebih dahulu, melalui pesan di Direct Messenger (DM) Instagram atau WhatsApp untuk berkonsultasi dan memesan kategori foto yang diinginkan. Meskipun konsep ini menggunakan tagline "Bayar Seikhlasnya Foto Sepuasnya", pelanggan tetap diminta membayar uang muka sebesar 50.000 Rupiah saat melakukan pemesanan tanggal dan waktu studio. Uang muka ini bertujuan untuk memastikan keseriusan pelanggan. Setelah reservasi, pelanggan diberi waktu satu jam untuk sesi foto dan dapat mengganti latar belakang sesuai keinginan, asalkan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Semua hasil foto akan dikirimkan dalam bentuk file digital melalui Google Drive. Konsep "Bayar Seikhlasnya" diterapkan setelah sesi foto selesai.

Strategi harga yang diterapkan oleh @jurupoto_studio menggunakan pendekatan "Bayar Seikhlasnya", di mana pelanggan bebas menentukan berapa harga yang ingin mereka bayarkan untuk layanan yang diterima. Ini merupakan pendekatan yang unik dan menarik untuk membangun kepercayaan serta loyalitas pelanggan, sambil memperluas basis pelanggan dengan membuat layanan lebih terjangkau dan dapat diakses oleh lebih banyak orang.

Lokasi studio @jurupoto_studio di Ruko D'smart G20 Telaga Mas Duta Harapan, Bekasi Utara, dipilih dengan pertimbangan strategis untuk memudahkan akses pelanggan dari berbagai daerah di Bekasi. Ruko ini berada di kawasan yang ramai dan mudah dijangkau, memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang

ingin datang langsung ke studio untuk sesi foto. Dengan fasilitas lengkap dan lokasi yang mudah diakses, studio ini dapat menarik lebih banyak pelanggan. Keberadaan studio fisik juga memberikan nilai tambah bagi konsep "Bayar Seikhlasnya Foto Sepuasnya", karena pelanggan dapat merasakan pengalaman fotografi yang profesional dengan biaya yang terjangkau.

Promosi menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran @jurupoto_studio. Pemilik, Bapak Dede Irawan, memulai karir di dunia fotografi pada tahun 2008, mengikuti jejak pamannya yang merupakan seorang fotografer wedding. Nama "JURUPOTO" menjadi brand yang diakui di dunia fotografi wedding setelah disebutkan oleh keluarga klien dalam sesi pemotretan. Pada tahun 2011, pemilik memutuskan untuk memulai karirnya sendiri sebagai fotografer freelance dan memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk pemasaran *online*.

Studio ini baru memiliki tempat fisik pada tahun 2020 di Ruko D'smart G20 Telaga Mas Duta Harapan. Pemilihan lokasi ini menandai langkah menuju profesionalisme dan perluasan jangkauan layanan. Di masa pandemi Covid-19, pemilik menghadapi penurunan penghasilan yang signifikan, dan untuk mempertahankan usaha, ia mengembangkan konsep "Bayar Seikhlasnya Foto Sepuasnya" untuk menarik pelanggan yang terhambat oleh keterbatasan biaya.

Pelanggan menyambut baik fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan, merasa terbantu oleh konsep ini, dan menganggap bahwa mereka mendapatkan nilai lebih dari layanan yang diberikan. Strategi ini terbukti berhasil dengan peningkatan jumlah followers Instagram dan meningkatnya pelanggan yang datang ke studio. Banyak pelanggan lama yang merasa puas dengan layanan yang diberikan dan terus menggunakan jasa @jurupoto_studio.

Meski strategi ini berhasil, masih ada tantangan dan kendala, terutama dari segi persaingan dalam industri fotografi. Beberapa fotografer merasa bahwa konsep "Bayar Seikhlasnya Foto Sepuasnya" merusak pasar. Namun, pemilik @jurupoto_studio tetap mempertahankan konsep ini, beranggapan bahwa setiap

usaha memerlukan pendekatan yang berbeda agar dapat bertahan dan berkembang. Selain itu, meskipun Instagram efektif untuk promosi, masih diperlukan usaha ekstra untuk membuat konten menarik dan menjangkau audiens lebih luas. @jurupoto_studio memanfaatkan berbagai fitur Instagram, seperti unggahan foto dan video, Stories, iklan Instagram (Ads), serta Reels untuk menampilkan karya mereka. Interaksi aktif dengan followers juga dilakukan untuk menjaga keterlibatan dan memperkuat strategi promosi.

Referensi

- Aulia, T. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Pada UMKM Royal Food Medan)*. Skripsi, Universitas Sumatera Utara.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Prabowo, A. A., & Widiastuti, W. (2022). Strategi Promosi Studio Foto Ady_Photography Dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 10–19.
- Subiyanto, L. A., & Valiant, V. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Ikon-Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 286–302.



NGOPI SERU SAMBIL PROMOSI: CARA JANJIAN COFFEE HOUSE GAET PENGUNJUNG LEWAT EVENT

Prayoga Bagja Pangestu, Imaddudin

Manajemen Komunikasi dalam Penyelenggaraan *Event*

Manajemen komunikasi dipahami sebagai proses sistematis antara anggota organisasi dalam menjalankan fungsi manajemen, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*) (Novita, 2023). Komunikasi memiliki peran penting karena mendukung kelancaran fungsi manajemen secara efektif dan membantu membangun hubungan yang kuat antara individu dalam organisasi. Dalam konteks event, manajemen komunikasi juga sangat penting, karena melibatkan banyak orang dengan berbagai tugas dan tanggung jawab yang saling berhubungan.

Saat ini, banyak *coffee shop* yang menggunakan event sebagai alat promosi. Mereka merancang *event* menarik untuk menarik perhatian masyarakat agar datang ke *coffee shop* tersebut. Selain kualitas produk dan layanan, penting bagi *coffee shop* untuk memerhatikan strategi promosi guna mengembangkan dan mempertahankan bisnis mereka. Salah satu *coffee shop* yang memanfaatkan event sebagai media promosi adalah Janjian Coffee House Point. Janjian Coffee House Point, cabang dari Janjian Coffee

yang dibuka pada tahun 2020, berlokasi di Galaxy Bekasi Selatan. Pada awal 2023, Janjian Coffee House Point melakukan renovasi dengan merubah desain interiornya menjadi lebih modern. Inovasi ini memungkinkan Janjian Coffee untuk bersaing dengan *coffee shop* lain di Kota Bekasi, yang memiliki jumlah *coffee shop* yang terus berkembang pesat, mencapai 1.300 *coffee shop* pada tahun 2020 (Fazira, 2023).

Sebagai bagian dari upayanya untuk menarik pelanggan, Janjian Coffee House Point mengadakan beberapa *event*, seperti Irian Piringan, The Whisper of Meulaboh Record Store Day, dan Pasar Janjian Sakti. *Event-event* ini disusun dengan cara yang menarik dan menghibur, karena pelanggan tidak hanya datang untuk menikmati kopi, tetapi juga untuk mendapatkan pengalaman yang mengesankan. Berdasarkan data yang diperoleh, *event* Irian Piringan telah diadakan empat kali, sementara The Whisper of Meulaboh dan Record Store Day masing-masing diadakan sekali, dan Pasar Janjian Sakti diselenggarakan selama dua hari. *Event-event* ini menunjukkan bahwa Janjian Coffee House Point secara konsisten mengadakan *event* untuk mempromosikan tempat mereka sepanjang tahun 2023 hingga 2024.

Semua *event* yang dilaksanakan menjadi media promosi yang efektif, menyajikan acara unik yang menarik perhatian konsumen. Para pelaku usaha *coffee shop* perlu berinovasi untuk membedakan *coffee shop* mereka dari yang lain dan dapat memanfaatkan karakter konsumen yang tertarik dengan promosi menarik.

Selama tahap perencanaan hingga pelaksanaan, komunikasi menjadi elemen kunci dalam keberhasilan suatu *event* (Aronggear, 2019). Oleh karena itu, manajemen komunikasi yang baik sangat diperlukan agar *event* dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Dakhi, 2016). Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang tepat harus dilakukan agar fungsi manajemen komunikasi berjalan dengan baik (Mustikasari et al., 2021). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa manajemen komunikasi berperan penting dalam mewujudkan tujuan sebuah

acara (Prabowo, 2021). Dengan melakukan langkah-langkah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, organisasi dapat melakukan evaluasi terhadap acara yang telah berlangsung untuk mempersiapkan *event* berikutnya (Putra, 2020).

Dalam persaingan bisnis *coffee shop* yang semakin ketat, inovasi promosi menjadi sangat penting. Event bukan hanya sekedar acara, tetapi juga alat promosi yang dapat menarik perhatian dan minat konsumen. Penyelenggaraan *event* membutuhkan koordinasi dan komunikasi yang baik. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melihat lebih spesifik bagaimana manajemen komunikasi diimplementasikan di Janjian Coffee House Point dalam penyelenggaraan *event-event* mereka seperti Irian Piringan, The Whisper Of Meulaboh, Record Store Day, dan Pasar Janjian Sakti yang menjadi media promosi yang efektif.

Event Sebagai Media Promosi Janjian Coffee House Point

Manajemen komunikasi di Janjian Coffee House Point berjalan dengan baik, sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh setiap anggota tim. Dalam pelaksanaan manajemen komunikasi pada event, peran *Manager Store*, Koordinator *Event*, panitia, dan HR (*Human Resources*) sangat penting untuk mencapai tujuan bersama. Proses manajemen komunikasi di Janjian Coffee House Point dijalankan dengan mengikuti langkah-langkah yang sistematis guna memastikan kelancaran dan efektivitas acara yang diselenggarakan.

Manajemen komunikasi berfungsi untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan antara satu pihak dengan pihak lain dalam pengelolaan event berjalan efektif. Salah satu contoh konkret adalah rapat internal antara *Manager Store*, Koordinator Event, dan Tim *Event*. Proses ini dimulai dengan komunikasi antara Manager Store dan Koordinator *Event* dalam merencanakan event, menentukan tema, konsep, kolaborator, anggaran, dan lainnya. Setelah perencanaan selesai, hasilnya diajukan kepada HR untuk mendapatkan persetujuan mengenai kelayakan event tersebut.

Setelah tahap perencanaan selesai, event akan diorganisasikan bersama Tim Event untuk memastikan pelaksanaannya berjalan sesuai dengan harapan. Evaluasi juga merupakan tahap penting, di mana Tim Event melakukan penilaian terhadap keberhasilan event yang telah dilaksanakan dan fokus pada pengembangan *event* berikutnya.

Konsep ini sejalan dengan pendapat Robert E. Simmons dalam Roestanto (2021) yang menyatakan bahwa implementasi manajemen komunikasi dalam kegiatan organisasi dapat dijelaskan melalui empat tahapan utama: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*). Oleh karena itu, jika manajemen komunikasi di Janjian Coffee House Point terimplementasi dengan baik sesuai dengan tahapan tersebut, maka event akan berjalan sesuai dengan tujuannya sebagai media promosi.

Event yang diadakan di Janjian Coffee House Point berfungsi sebagai media promosi yang efektif untuk menarik perhatian dan minat pengunjung. *Event-event* yang diselenggarakan di sana telah menjadi alat promosi utama yang berpengaruh besar dalam membangun citra Janjian Coffee dan menarik minat pengunjung. *Event-event* ini tidak hanya menawarkan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung, tetapi juga memberikan kesempatan bagi Janjian Coffee House Point untuk memperkenalkan produk-produk mereka secara lebih personal dan interaktif.

Menurut Raditya Putra Riyadi, selaku Manager Store Janjian Coffee House Point, event merupakan media promosi yang penting untuk memperkenalkan Janjian Coffee kepada masyarakat yang sebelumnya belum mengenalnya. Sebagai contoh, event seperti Irian Piringan, The Whisper of Meulaboh, Record Store Day, dan Pasar Janjian Sakti yang telah berlangsung pada tahun 2023 dan 2024, berhasil menarik perhatian pengunjung baru.

Secara keseluruhan, penggunaan *event* sebagai media promosi di Janjian Coffee House Point terbukti sangat efektif. *Event-event* ini tidak hanya menarik pengunjung tetapi juga

menciptakan pengalaman positif yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi Janjian Coffee House Point di pasar. Seperti yang disampaikan oleh Afdel Try, salah satu pengunjung, *event* yang diadakan oleh Janjian Coffee memberikan pengalaman yang mengesankan dan unik, berbeda dengan event yang diadakan oleh *coffee shop* lain di Kota Bekasi. Afdel juga menambahkan bahwa ia baru mengetahui tentang Janjian Coffee House Point melalui *event* yang diadakan, meskipun sebelumnya belum pernah berkunjung.

Pandangan ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Ardhi dalam Fitria (2016), yang menyatakan bahwa promosi berfungsi untuk menarik perhatian audiens, menciptakan daya tarik, dan mengembangkan rasa keingintahuan *audiens*. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa dengan perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang tepat, event dapat menjadi alat promosi yang sangat efektif.

Berdasarkan observasi, berikut adalah beberapa aspek yang menunjukkan keberhasilan event di Janjian Coffee House Point sebagai media promosi:

- Menarik perhatian pengunjung: Janjian Coffee House Point berhasil menarik perhatian pengunjung melalui media sosial, terutama Instagram. Banyak pengunjung yang datang meskipun sebelumnya belum pernah mengunjungi tempat ini, tertarik dengan *event* yang diadakan.
- Menciptakan daya tarik pada pengunjung: *Event-event* seperti "Iringan Piringan," "*The Whisper Of Meulaboh*," "*Record Store Day*," dan "Pasar Janjian Sakti" memberikan pengalaman yang unik, berbeda dari *coffee shop* lainnya yang biasanya hanya mengadakan *live music* atau nobar (nonton bareng). Event-event ini tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga kesempatan untuk menikmati karya seni dari hasil kolaborasi.
- Mengembangkan rasa keingintahuan pengunjung: Keberhasilan event dalam mengembangkan rasa keingintahuan dapat dilihat dari pengunjung yang tertarik

untuk datang ke *event-event* selanjutnya. Afdel Try, seorang pengunjung yang sudah menghadiri event di Janjian Coffee sebanyak tiga kali, menegaskan bahwa ia selalu menantikan *event* berikutnya.

Dari ketiga fungsi promosi tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan event di Janjian Coffee House Point sebagai media promosi dapat dilihat dari meningkatnya perhatian, daya tarik, dan keingintahuan pengunjung. *Event-event* yang telah dilaksanakan, seperti "Iringan Piringan," "*The Whisper Of Meulaboh*," "*Record Store Day*," dan "Pasar Janjian Sakti," terbukti efektif dalam mencapai tujuan tersebut.

Namun, di antara *event-event* yang dilaksanakan, "Iringan Piringan" memperoleh antusiasme yang lebih tinggi karena telah diadakan empat kali berturut-turut setiap dua bulan sekali. Konsep unik yang ditawarkan, seperti live DJ dan pop-up market, menarik banyak pengunjung. Sebaliknya, "*Record Store Day*" kurang diminati, kemungkinan karena hanya menyediakan vinyl, yang belum menarik minat banyak orang.

Teori POAC dalam *Event* Janjian Coffee House Point

Dalam sebuah event, manajemen komunikasi memegang peranan penting mulai dari perencanaan hingga tahap akhir pelaksanaan. Setiap penyelenggara event tentu berharap acaranya dapat berjalan sukses. Untuk itu, setiap organisasi perlu menerapkan POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mencapai tujuan acara. POAC dapat diadaptasi dalam manajemen event agar berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Teori POAC yang dikemukakan oleh G.R. Terry (1958) sangat relevan dalam membantu pengelolaan event di Janjian Coffee House Point. Setiap tahap dalam teori ini memegang peran penting dalam memastikan kesuksesan acara yang diselenggarakan, dimulai dari perencanaan hingga pengendalian. Berikut adalah

pembahasan mengenai penerapan POAC dalam manajemen *event* di Janjian Coffee House Point:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan merupakan tahap pertama dan sangat krusial dalam penyelenggaraan *event*. Di Janjian Coffee House Point, perencanaan dimulai dengan penetapan tujuan acara, *audiens target*, dan konsep yang akan diusung. Sebagai contoh, pada event Iringan Piringan, tujuan utamanya adalah menarik lebih banyak pengunjung muda serta meningkatkan penjualan. Tim *event* kemudian merancang konsep yang sesuai, seperti pemilihan DJ dan seniman lokal serta penawaran produk di bazar pop-up. Tahap ini juga melibatkan penyusunan anggaran, jadwal, serta strategi promosi untuk menarik perhatian *audiens*.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pada tahap ini, rencana yang telah disusun diimplementasikan dengan mengatur sumber daya yang ada. Di Janjian Coffee House Point, ini melibatkan pembagian tugas di antara tim *event*, seperti divisi media sosial, tim *event*, tim dokumentasi, dan pihak kolaborator. Pembagian tugas dilakukan sebagai berikut:

- Manajer store dan koordinator *event* merancang dan merekomendasikan event kepada HR (*Human Resources*).
- Koordinator event bertugas mengundang kolaborator, seperti DJ atau peserta bazar, serta menyusun *rundown* acara.
- Tim media sosial menginformasikan *event* melalui Instagram, baik melalui feeds maupun instastory, serta menyebarkan undangan acara.
- Tim dokumentasi bekerja sama dengan tim media sosial untuk mendokumentasikan acara. Selain itu, seluruh tim memastikan bahwa setiap detail pelaksanaan acara, seperti tata letak panggung, sistem suara, dan area bazar, telah disiapkan dengan matang.

3. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pada tahap ini, rencana yang telah dibuat diimplementasikan. Janjian Coffee House Point memastikan bahwa acara berlangsung sesuai dengan yang direncanakan. Koordinasi antar tim yang baik dan komunikasi yang lancar sangat penting dalam tahap ini. Selama acara Irian Piringan, misalnya, tim manajemen terus memantau jalannya acara untuk memastikan semuanya berjalan sesuai jadwal dan mengatasi masalah yang mungkin timbul.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian merupakan tahap evaluasi untuk memastikan bahwa acara mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Di Janjian Coffee House Point, evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan feedback dari pengunjung, mengevaluasi kinerja tim, serta menganalisis hasil event, seperti jumlah pengunjung dan peningkatan penjualan. *Feedback* pengunjung dapat dilihat dari tag yang dibagikan di media sosial Instagram Janjian Coffee House Point pada event "Pasar Janjian Sakti."

Dengan menerapkan POAC, Janjian Coffee House Point berhasil mengelola *event* mereka secara efektif. Setiap tahap dalam teori ini membantu memastikan bahwa setiap aspek acara, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, dilakukan dengan cermat. Pendekatan ini tidak hanya membantu mencapai tujuan acara, tetapi juga membangun reputasi Janjian Coffee House Point sebagai tempat yang kreatif dan inovatif dalam menyelenggarakan *event*. POAC menjadi alat yang sangat berguna dalam manajemen *event* dan berkontribusi besar terhadap kesuksesan promosi melalui *event* yang mereka selenggarakan.

Referensi

- Aronggear, A. L. (2019). Analisis Event Marketing di Cafe Pascorner. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 1-7.
- Dakhi, Y. (2016). Implementasi POAC Terhadap Kegiatan Organisasi dalam Mencapai Tujuan Tertentu. *Warta Dharmawangsa*, (50).

- Dewi, M. S. R., et al. (2022). Implementasi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Berbagai Panggung Dalam Menarik Minat Pengunjung Di Berbagai Kopi Denpasar. *In Journal of Event and Convention Management*, 1(1), 28-38.
- Fazira, B. H. (2023). *Perilaku Komunikasi Anak Muda Pengunjung Coffee Shop Kopi Nako dan Starbucks Summarecon Bekasi*. Skripsi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Muhammad, A., & Rochim, M. (2018). Manajemen Komunikasi Pemasaran Perusahaan Coffee Shop pada Era New Normal. *In Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(2), 813-819.
- Mustikasari, R., Zakiah, K., & Rantona, S. (2021). Marketing Communication Strategy for Coffee Through Digital Marketing. *Return: Study of Management, Economic and Bussines*, 1(4), 139-144.
- Novita Sridayanti, N. (2023). *Manajemen Komunikasi Kebijakan Dewan Pimpinan Pusat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah di Masa Pandemi Covid-19*. Disertasi, Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Prabowo, N. R. (2021). *Manajemen Komunikasi Matapanah Communication Ngawi Sebagai Event Organizer Dalam Penyelenggaraan Special Event*. Disertasi, IAIN Ponorogo.
- Prasojo, A. A. D., & Wiksana, W. A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasarasan dalam Kegiatan Event CV. Siki Coffee. *In Bandung Conference Series: Communication Management*, 4(1).
- Putra, M. R., et al. (2020). Determination Of Employee Motivation And Performance: Working Environment, Organizational Culture, And Compensation (A Study of Human Resource Management Literature). *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(3), 419-436.
- Rahma, A. (2017). Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth). *Nyimak: Journal of Communication*, 1(2), 149-169.



ARMY DAN SELCA DAY: SERUNYA PERAYAAN DIRI DI MEDIA SOSIAL X

Lintang Adistya Sari, Aan Widodo

Fenomena *Selca Day* dalam Fandom K-pop di Media Sosial X

Selca Day telah menjadi salah satu tren yang populer di media sosial X. Kegiatan ini berfokus pada acara di mana penggemar, terutama penggemar Korea, berpartisipasi dengan berfoto menggunakan pose yang sama dengan idola mereka, lalu mengunggahnya dengan caption yang lucu, menyentuh, atau unik. Setiap fandom memiliki tanggal tertentu dalam sebulan untuk merayakan *Selca Day*, dan acara ini diadakan setiap bulan oleh penggemar K-pop di media sosial X (Meinawati et al., 2021).

Bagi penggemar BTS, yang dikenal dengan nama ARMY, *Selca Day* atau yang disingkat ARSD, merupakan aktivitas rutin yang dilakukan setiap hari Selasa pada minggu pertama bulan tersebut. Setiap penggemar BTS memilih foto diri mereka yang diambil dengan pose serupa dengan idola mereka dan mengunggahnya ke X menggunakan tagar #ArmySelcaDay. Tujuan dari aktivitas ini adalah untuk menunjukkan apresiasi mereka terhadap BTS (Wardani & Kusuma, 2021).

Selca Day sangat identik dengan media visual berupa foto, yang memberikan kesempatan bagi penggemar K-pop untuk

menuangkan kreativitas mereka melalui pengeditan foto. Penggemar sering kali menyusun foto dengan kesamaan pose, *outfit*, atau riasan dengan idola mereka, dan menambahkan efek seperti hitam-putih, warna-warni, atau blur. Namun, fenomena *Selca Day* juga membawa dampak terhadap *fan account*, akun yang digunakan oleh penggemar dengan identitas yang tidak asli. Dalam kegiatan *Selca Day* di X, *fan account* ini sering kali menampilkan swafoto yang bersebelahan dengan foto idola mereka dan menggunakan tagar yang berkaitan dengan acara tersebut. Ciri khas dari *fan account* di kalangan penggemar K-pop meliputi nama, foto, dan *username* yang tidak asli, serta ketiadaan informasi identitas di profil akun tersebut (Wardani & Kusuma, 2021).

Partisipasi penggemar dalam kegiatan seperti *Selca Day* semakin meluas seiring dengan berkembangnya teknologi dan penggunaan media sosial. K-pop, yang merujuk pada musik pop asal Korea, telah dikenal dengan penampilan *boyband* dan *girlband* yang memukau, lengkap dengan gerakan tarian khas dan video musik yang menarik. Kegiatan fandom, seperti yang dilakukan oleh ARMY, sering kali dijalankan melalui media sosial X, yang menjadi wadah bagi para penggemar untuk saling berbagi dan menunjukkan dukungan mereka terhadap idola mereka (Afriana, 2017).

***Selca Day* sebagai Ekspresi Kreatif Penggemar BTS**

Pendapat mengenai aktivitas penggemar yang disampaikan oleh Malik & Haidar (2023) menjelaskan bahwa aktivitas penggemar tidak selalu memiliki keterkaitan yang ketat, dan tidak membatasi jenis konten yang ada. Namun, seiring waktu, penggemar yang terlibat dalam komunitas mereka akan mulai mempelajari berbagai kontribusi yang mereka lakukan secara berkala. Sebagai contoh, penggemar sering bekerja sama untuk mendukung idolanya dan memberikan kontribusi sesuai dengan kemampuan terbaik mereka.

Salah satu bentuk kontribusi yang sering dilakukan oleh penggemar adalah melalui konten *Selca Day*, yang berasal dari kata

"selca" (*selfie*) dalam bahasa Korea. Konten ini melibatkan penggemar yang berfoto dengan pose serupa dengan idola mereka, kemudian mengunggah foto tersebut dengan caption yang lucu atau mengharukan. Dengan berkembangnya jumlah penggemar BTS yang sangat pesat, banyak penggemar yang terdorong untuk membentuk komunitas atau kelompok yang mereka sebut Fandom. Fandom adalah sekumpulan penggemar dengan minat yang sama dalam melihat atau membaca teks dan gambar tertentu (Meinawati et al., 2021).

Di media sosial X, penggemar BTS sering berinteraksi dengan sesama penggemar untuk membentuk jaringan sosial. Mereka menunjukkan wajah mereka dalam *event Selca Day*, dan saling memberikan komentar positif melalui kolom komentar. Beberapa penggemar memberikan pujian, seperti memuji senyuman atau penampilan mereka, yang mengindikasikan dukungan terhadap sesama anggota fandom. Berdasarkan wawancara dengan beberapa informan, mereka mengakui bahwa mereka berpartisipasi dalam *event Selca Day* di media sosial X dan sering berinteraksi dengan penggemar lain melalui komentar. Mereka juga sering menggunakan tagar yang relevan untuk meningkatkan visibilitas postingan mereka dan berpartisipasi dalam *trending topic Selca Day*.

Fenomena yang terjadi di media sosial X menunjukkan bahwa penggemar BTS menggunakan platform tersebut untuk meningkatkan harga diri dan kepercayaan diri mereka. Dengan membagikan foto diri mereka di samping foto idola, menggunakan tagar #ArmySelcaDay, mereka menunjukkan bahwa mereka bisa mencintai dan menghargai diri sendiri. Hal ini juga mencerminkan apresiasi mereka terhadap BTS. Secara keseluruhan, penggemar BTS di media sosial X telah mengembangkan partisipasi yang aktif dalam *event Selca Day*. Mereka memanfaatkan berbagai fitur di X untuk berinteraksi dengan penggemar lain dan idolanya, serta menggunakan tagar untuk membagikan informasi dan berbagi momen lucu dengan sesama penggemar.

Kekuatan #ARMYSelcaDay dalam Membangun Komunitas Penggemar

Salah satu contoh *trending topic* yang berkaitan dengan Selca Day adalah #ARMYSelcaDay, yang digunakan oleh penggemar BTS untuk meramaikan acara Selca Day di kalangan fandom mereka. Berdasarkan gambar yang ditampilkan, tagar ini berhasil menduduki posisi kedua dalam *trending topic* di X, yang menunjukkan tingginya jumlah pengguna yang menggunakan *hashtag* tersebut. Sebuah tagar bisa memasuki *trending topic* ketika banyak orang menggunakannya. Dalam hal ini, tagar #ARMYSelcaDay yang menduduki posisi kedua ini membantu memperkenalkan BTS dan anggota-anggotanya kepada orang banyak. Selain itu, masyarakat juga mengetahui bahwa ARMY adalah nama fandom BTS. Inilah salah satu contoh kekuatan *trending topic* yang membantu penggemar memperkenalkan idolanya kepada khalayak luas, sehingga sosial metric idolanya meningkat karena banyak orang yang menyebutkan nama BTS (Malik & Haidar, 2023).

Selain berpartisipasi dalam Selca Day, penggemar BTS di media sosial X juga aktif dalam berbagai kegiatan lain, salah satunya adalah menulis AU (*Alternate Universe*) atau cerita fiksi. Salah satu informan yang aktif dalam menulis AU di X bahkan berhasil menarik banyak pengikut, yang semakin memotivasi mereka untuk terus berkarya. Kegiatan ini menjadi populer di kalangan penggemar BTS selain *Selca Day*. Penggemar BTS di X juga terlibat dalam berbagai aktivitas lain yang lebih spontan. Partisipasi dalam kegiatan-kegiatan ini membantu mempererat hubungan antar penggemar dan memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana penggemar BTS menggunakan media sosial X untuk berbagi informasi serta berpartisipasi dalam komunitas fandom mereka.

Partisipasi penggemar dalam *Selca Day* menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan dan kreativitas mereka. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penggemar dengan antusias berbagi foto, berinteraksi satu sama lain, dan memperkuat rasa

kebersamaan dalam komunitas mereka. Media sosial X terbukti menjadi platform yang efektif dalam mendukung ekspresi diri dan membangun hubungan yang erat antar penggemar. Partisipasi mereka di *Selca Day* bukan hanya menunjukkan dedikasi terhadap komunitas fandom, tetapi juga menciptakan interaksi sosial yang kuat melalui *likes*, komentar, dan *retweet*.

Selain itu, *Selca Day* di X juga menjadi sarana penting untuk memperkuat rasa solidaritas dan kebersamaan dalam komunitas, mempererat hubungan antara penggemar dari berbagai belahan dunia. Dengan demikian, *Selca Day* di media sosial X lebih dari sekadar berbagi foto; ia menjadi platform yang efektif dalam membangun dan memperkuat hubungan sosial antar penggemar.

Referensi

- Hanifah, Zulfa Nur. (2017). *Budaya Partisipatori Komunitas Penggemar K-Pop Di Twitter*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Meinawati, D., et al. (2021). Abbreviation Used By Indonesian K-Pop Fans on Twitter. *Veles Voices of English Language Education Society*, 5(1), 54–65.
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop Di Media Sosial (Studi Kualitatif Pada Fandom Army Di Twitter). *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243-260.



PEREMPUAN, TUBUH, DAN TARGET PENJUALAN: WACANA DI BALIK MEJA SALES OTOMOTIF

Dinda Arum Natasha, Nurul Fauziah

Politik Tubuh Perempuan di Dunia Kerja

Perempuan sering kali menghadapi posisi yang rentan di dunia kerja, salah satunya adalah pemanfaatan tubuh mereka sebagai alat untuk mendukung praktik komunikasi pemasaran dan penjualan di perusahaan (Hadji et al., 2020). Selain itu, perempuan sering dipersepsikan secara sosial sebagai lawan dari laki-laki dalam posisi yang berlawanan, menciptakan ketidakadilan yang terlihat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di tempat kerja (Purwanti, 2020). Perempuan memiliki beragam keistimewaan dan keunggulan yang menjadi landasan dalam berbagai topik yang melibatkan latar belakang perempuan. Keunggulan ini tercermin dalam berbagai peran yang mereka jalani dalam kehidupan sehari-hari (Lano, 2020). Seiring dengan berkembangnya industri, perempuan mulai memasuki dunia kerja, salah satunya dalam bidang *sales counter*. Mereka dituntut untuk bekerja sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlaku di perusahaan, namun secara tidak sadar, politik tubuh juga terjadi terhadap pekerja perempuan.

Politik tubuh perempuan menjadi permasalahan di dunia pekerjaan, terutama dalam bidang *sales*. Dalam pekerjaan ini,

perempuan dituntut untuk berpenampilan semenarik mungkin, dengan mengeksploitasi tubuh mereka untuk meningkatkan penjualan. Politik tubuh adalah sistem pengaturan yang mengontrol tubuh manusia, termasuk penghukuman dan pendisiplinan, menurut Foucault (dalam Saputra & Murtana, 2019). Dengan demikian, politik tubuh perempuan adalah pengaturan dan pengendalian tubuh mereka secara tidak langsung. Sebagai contoh, di perusahaan Toyota, berdasarkan wawancara singkat dengan *sales counter*, perempuan harus mengikuti segala aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, termasuk cara mereka berpenampilan.

Politik tubuh perempuan menjadi fenomena karena adanya campur tangan kekuasaan dalam mengontrol fisik dan melatih individu untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan. Konsep ini berasal dari praktik pengendalian tubuh dalam dunia kerja, di mana tubuh perempuan secara tidak langsung dimanfaatkan oleh struktur industri marketing untuk menarik pembeli. Michel Foucault dalam konsep biopolitik menjelaskan bahwa kehidupan manusia telah menjadi subjek dari kekuasaan yang terkendali melalui struktur biopolitik, yang bertujuan mengatur dan mengelola kehidupan manusia dalam suatu populasi (Nashuhah, 2022). Dalam praktiknya, kata-kata dalam lowongan pekerjaan *sales counter* memiliki makna tertentu yang dipahami oleh calon pelamar, yang menggambarkan standar yang diinginkan perusahaan.

Perusahaan seperti Anzon Toyota mencari *sales counter* dengan kualifikasi tertentu, seperti penampilan visual yang menarik, kemampuan komunikasi yang baik, serta kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan efektif. Dalam pekerjaan sebagai *sales counter*, penting juga untuk menjalin relasi yang baik dengan individu atau kelompok lain. Perusahaan menekankan kualifikasi yang dibutuhkan dengan jelas, menunjukkan bahwa mereka memiliki kekuasaan penuh terhadap calon karyawan yang diterima.

Sales counter perempuan seringkali diminta untuk menampilkan diri dengan penampilan menarik, termasuk penggunaan makeup yang lebih menonjol untuk menarik lebih banyak konsumen (Hadji et al., 2020). Perusahaan Toyota memanfaatkan tubuh perempuan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen dengan penampilan menarik mereka. Berdasarkan wawancara dengan *service manager* Toyota, alasan menggunakan *sales counter* perempuan adalah karena perempuan dianggap memiliki penampilan yang lebih menarik dan lebih ramah dibandingkan laki-laki untuk posisi tersebut. Visual dari *sales counter* perempuan harus memenuhi standar tubuh yang putih dan mulus serta paras yang cantik. Perempuan sering digambarkan sebagai objek seksual yang dimanfaatkan untuk kepentingan komersial, dengan menekankan kecantikan fisik dan daya tarik seksual mereka (Velov & Kolev, 2021).

Analisis wacana kritis berfokus pada pemahaman teks dan pembicaraan yang berperan penting dalam mempertahankan ketimpangan, ketidakadilan, dan penindasan di masyarakat. Analisis wacana kritis juga melihat bahwa bahasa terlibat dalam dinamika kekuasaan, terutama dalam pembentukan subjek dan representasi tindakan dalam masyarakat. Dalam konteks ini, analisis wacana digunakan untuk menunjukkan bagaimana bahasa memperkuat struktur sosial yang tidak adil (Fairclough, 2021). Dengan menggunakan model analisis wacana kritis dari Norman Fairclough, kita dapat melihat bagaimana politik tubuh perempuan berperan dalam peningkatan penjualan dan posisi perempuan di dunia kerja otomotif.

Fairclough mengatakan bahwa analisis wacana kritis adalah penggunaan bahasa untuk mempengaruhi kelompok sosial guna memperjuangkan dan menyampaikan ideologi mereka (Apriliani, 2022). Konsep ini berpendapat bahwa dalam wacana terdapat potensi untuk menciptakan hubungan kekuasaan yang tidak seimbang antara berbagai kelompok dalam masyarakat, seperti kelas sosial, gender, mayoritas, dan minoritas, yang tercermin

dalam praktik sosial. Analisis wacana kritis menyoroti peran penting bahasa dalam memperlihatkan ketidaksetaraan kekuasaan yang terjadi dalam masyarakat.

Seiring berjalannya waktu, kesadaran akan pentingnya kesetaraan gender di tempat kerja semakin berkembang. Masyarakat kini menyadari bahwa laki-laki dan perempuan memiliki hak yang sama untuk mendapatkan pekerjaan, termasuk di perusahaan. Tidak ada perbedaan dalam hal kesempatan kerja, baik di dalam industri otomotif maupun di perusahaan lain. Di Toyota, misalnya, beberapa divisi diisi oleh karyawan laki-laki dan perempuan, namun ada satu divisi yang hanya diisi oleh perempuan, yaitu bagian *sales counter*.

Politik tubuh perempuan dalam divisi *sales counter* terlihat dalam bagaimana mereka didisiplinkan sesuai dengan peraturan perusahaan. Perempuan yang bekerja sebagai *sales counter* harus memenuhi target yang diinginkan perusahaan. Jika tidak, kinerja mereka akan dievaluasi kembali. Dengan demikian, perusahaan memanfaatkan perempuan sebagai daya tarik untuk konsumen, membangun makna perempuan melalui tubuh mereka untuk menarik perhatian pembeli.

Tubuh Perempuan dan Penampilan *Sales Counter*

Tubuh perempuan dan penampilan *sales counter* menjadi aspek penting yang diperhatikan dalam dunia kerja, khususnya di perusahaan otomotif. Bagi perusahaan, penampilan menarik seringkali diidentikkan dengan kecantikan dan standar tertentu yang ditetapkan. Tubuh perempuan dianggap sebagai daya tarik untuk memikat pelanggan, di mana visual tubuh mereka, seperti wajah yang cantik, menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian *customer*. Perempuan yang bekerja sebagai *sales counter* di perusahaan otomotif diharapkan memiliki penampilan menarik, seperti terlihat *good looking*, berpakaian rapi, dan memiliki etika yang baik.

Berbeda dengan *salesman*, yang tidak diharuskan berpenampilan menarik, *sales counter* perempuan harus

memenuhi ekspektasi penampilan yang lebih tinggi untuk menarik perhatian *customer*. Selain penampilan, *customer* juga menilai *sales counter* berdasarkan sikap ramah dan rendah hati, yang turut mendukung daya tarik mereka. Perempuan ditempatkan di posisi ini karena kemampuan berbicara yang dimilikinya, yang menjadi daya tarik dalam memikat *customer*. Jasa *sales counter* sangat diperlukan untuk menarik minat pelanggan, dan perempuan memiliki daya tarik tersendiri dalam hal ini.

Perusahaan otomotif sering memilih *sales counter* perempuan dengan penampilan visual yang menarik sebagai bagian dari strategi pemasaran. Penampilan fisik yang menawan dapat memberikan kesan pertama yang positif kepada *customer*, menciptakan suasana yang ramah dan profesional, serta meningkatkan kenyamanan dan keterlibatan pelanggan di showroom. Penampilan yang elegan dan pesona tubuh dapat memperkuat hubungan dengan *customer* dan mempengaruhi keputusan pembelian. Selain penampilan, pengalaman kerja yang relevan juga penting dalam meningkatkan efektivitas sumber daya manusia perusahaan. *Sales counter* yang berpengalaman di bidang otomotif dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan, serta memberikan pengetahuan yang lebih mendalam kepada pelanggan. Pengalaman kerja membantu karyawan menguasai keterampilan yang dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja mereka dalam peran tersebut.

Kecantikan visual dan tubuh perempuan dalam peran *sales counter* dapat meningkatkan keterlibatan *customer* dan memperkuat persepsi merek. Pengalaman kerja memberikan dasar yang kuat untuk kinerja yang efektif dan profesional. Kombinasi kedua faktor ini dapat mendukung kesuksesan penjualan dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Perempuan memiliki beragam keistimewaan dan keunggulan yang menjadi landasan bagi berbagai topik yang melibatkan latar belakang perempuan (Lano, 2020). Oleh karena itu, peran perempuan sangat penting dalam mendukung perusahaan untuk menjual dan menawarkan produk.

Perusahaan Anzon Toyota juga menggunakan jasa perempuan sebagai *sales counter*. Salah satu peran utama *sales counter* perempuan adalah untuk menyambut *customer* yang datang ke *showroom*, karena perempuan dianggap lebih memiliki penampilan menarik dan sikap yang lebih ramah dibandingkan laki-laki. Penampilan visual *sales counter* perempuan pun harus memenuhi kualifikasi yang ditetapkan perusahaan. Tidak hanya perusahaan, tetapi *customer* juga berpendapat bahwa perempuan mampu menarik minat pelanggan dan memasarkan produk dengan keahlian bernegosiasi serta daya tarik fisiknya. Hal ini dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan dan menarik lebih banyak konsumen.

Disiplin Tubuh *Sales Counter* Perempuan Otomotif

Disiplin tubuh merujuk pada pengendalian berbagai aspek dalam diri seseorang, seperti perilaku, penampilan, dan cara mereka menjadi individu yang lebih bermanfaat, sesuai dengan konsep yang diungkapkan oleh Michel Foucault (dalam Mustofa, 2017). Disiplin tubuh merupakan bentuk kekuasaan yang diterapkan untuk mendisiplinkan tubuh agar menjadi patuh dan berguna. Praktik disiplin tubuh ini diterapkan dalam berbagai institusi, termasuk sekolah, rumah sakit, dan perusahaan-perusahaan, termasuk di perusahaan otomotif. Di dalam perusahaan otomotif, disiplin tubuh diterapkan kepada *sales counter* dengan tujuan untuk mencapai target penjualan. Seorang *sales counter* diharuskan untuk mematuhi peraturan perusahaan, termasuk aturan yang berkaitan dengan penampilan dan sikap, agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan. Jika target penjualan tidak tercapai, perusahaan akan memberikan sanksi atau *punishment*.

Sales counter menjadikan pencapaian target sebagai tujuan utama dalam pekerjaan mereka. Selain itu, mereka sering merasa kesulitan untuk menarik pelanggan dan dalam beberapa kasus, mereka melakukan manipulasi identitas untuk dapat lebih mudah mendapatkan respons positif dari *customer*, terutama sebagai

perempuan. Pada perusahaan otomotif seperti Anzon Toyota, target penjualan bulanan bagi setiap *sales counter* ditetapkan untuk mencapai tujuan keuntungan perusahaan. Target ini mencerminkan jumlah penjualan yang diharapkan dalam jangka waktu tertentu, dan menjadi dasar dalam merancang strategi penjualan.

Disiplin tubuh *sales counter*, yang mencakup penampilan fisik, sikap profesional, dan keterampilan komunikasi, berperan penting dalam mencapai target penjualan. Penampilan dan perilaku *sales counter* dapat memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada *customer*, serta meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Dalam menghadapi persaingan, Anzon Toyota berfokus pada pengembangan keunggulan kompetitif melalui peningkatan kualitas pelayanan dan pencapaian target penjualan. Hubungan antara disiplin tubuh dan pencapaian target penjualan menunjukkan bahwa kedisiplinan tubuh *sales counter* tidak hanya memengaruhi persepsi *customer* tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan perusahaan. Pelayanan yang baik dan penampilan yang profesional dapat meningkatkan peluang penjualan dan membantu mencapai target yang ditetapkan.

Perempuan memiliki peran penting dalam menawarkan produk, terutama di perusahaan otomotif. Dalam konteks ini, perempuan diatur oleh kekuasaan yang ditetapkan oleh perusahaan, baik dalam hal target penjualan maupun penampilan mereka. Perusahaan mengatur penampilan dan cara berpakaian perempuan *sales counter* sesuai dengan aturan yang berlaku di perusahaan. Dalam konsep Foucault, individu tidak hanya dipandang sebagai pihak yang memiliki hak dan kebebasan, tetapi juga sebagai objek yang dapat diatur dan dikendalikan oleh kekuasaan, sehingga mereka cenderung mematuhi dan tunduk pada kekuasaan tersebut (Foucault, dalam Nashuhah, 2022). Dalam hal ini, perusahaan berperan sebagai struktur yang mengatur dan mengendalikan para *sales counter* perempuan.

Biopolitik tubuh juga terlihat dalam perusahaan otomotif, di mana seorang *sales counter* yang tidak memenuhi target penjualan akan menghadapi sanksi atau *punishment*. Sesuai dengan konsep biopolitik yang dijelaskan oleh Foucault, kehidupan individu diatur oleh struktur biopolitik, yang bertujuan untuk mengendalikan kehidupan individu dalam suatu populasi dan memperlakukan mereka sebagai subjek yang harus diatur dan dikendalikan (Nashuhah, 2022). Konsep biopolitik ini sejalan dengan politik tubuh, di mana tubuh diharapkan dapat menghasilkan hasil yang sesuai dengan keinginan untuk mendapatkan keuntungan lebih besar. Oleh karena itu, seorang *sales counter* yang bekerja di perusahaan otomotif memiliki tanggung jawab besar untuk menjual produk. Jika tidak mencapai target penjualan yang diinginkan, mereka akan dikenakan sanksi. Hal ini telah dipahami oleh para sales counter sejak awal mereka bekerja di perusahaan, yang mengatur dan mengawasi kinerja mereka agar dapat memenuhi atau melampaui target yang ditetapkan.

Biopolitik Tubuh Perempuan sebagai *Sales Counter* dalam *Punishment*

Perempuan sering kali berada dalam posisi rentan di dunia kerja, terutama dalam industri otomotif, di mana mereka sering kali dituntut untuk berpenampilan menarik demi mendongkrak penjualan. Praktik politik tubuh berlaku dalam perusahaan, termasuk perusahaan otomotif, di mana perempuan di divisi *sales counter* harus mematuhi aturan yang ditetapkan. Mereka juga diwajibkan untuk memenuhi target yang telah ditentukan, dan jika tidak tercapai, akan diberikan hukuman. Secara tidak langsung, tubuh perempuan dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menarik perhatian konsumen, sesuai dengan konsep politik tubuh, yaitu pengendalian tubuh dalam dunia kerja. Dalam hal ini, tubuh perempuan digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

Dalam industri otomotif yang sangat kompetitif, perusahaan seperti Anzon Toyota menghadapi tantangan besar untuk tetap

bersaing dan mencapai target penjualan. Oleh karena itu, perusahaan mengandalkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan, khususnya *sales counter*. Sebagai bentuk apresiasi terhadap kinerja yang baik dan pencapaian target, perusahaan memberikan *reward* atau penghargaan. *Reward* ini bertujuan untuk memotivasi karyawan agar terus meningkatkan kualitas kerja dan berkontribusi pada pencapaian tujuan perusahaan. Selain *reward*, perusahaan juga menerapkan *punishment* atau hukuman sebagai konsekuensi bagi karyawan yang tidak memenuhi standar atau melanggar aturan. *Punishment* bertujuan untuk mengontrol dan memperbaiki perilaku karyawan agar tetap sesuai dengan aturan perusahaan.

Pada Anzon Toyota, sistem *reward* dan *punishment* diterapkan untuk memastikan setiap *sales counter* dapat mencapai target penjualan bulanan. *Sales counter* yang gagal memenuhi target akan menerima *punishment*, sementara yang berhasil akan mendapatkan *reward*. Tujuan utama dari sistem ini adalah untuk meningkatkan kinerja, memotivasi karyawan, dan memastikan kepatuhan terhadap aturan perusahaan. Dengan cara ini, perusahaan dapat mengawasi kinerja karyawan dan mendorong perilaku yang mendukung pencapaian target dan keberhasilan perusahaan.

Bentuk kekuasaan yang diterapkan perusahaan terlihat dari bagaimana mereka memperlakukan karyawan, di mana karyawan tersebut secara tidak langsung dimanfaatkan untuk mencapai keuntungan perusahaan. Jika *sales counter* berhasil mencapai atau melebihi target penjualan, mereka tidak selalu menerima *reward*. Namun, jika mereka dianggap tidak memenuhi target atau tidak memiliki kinerja yang baik, perusahaan akan segera memberikan *punishment*. Setiap bulan, *sales counter* dituntut untuk mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Perusahaan memiliki kendali penuh atas apa yang dilakukan karyawan, di mana mereka dituntut untuk memenuhi target penjualan demi memenuhi keinginan perusahaan. Konsep politik tubuh, menurut Foucault (dalam Saputra & Murtana, 2019),

menggambarkan praktik pengendalian tubuh dalam dunia kerja. Oleh karena itu, untuk mencapai target penjualan, *sales counter* sering kali bekerja lebih keras di luar jam kerja untuk menemui pelanggan. Hal ini mencerminkan adanya struktur biopolitik dalam perusahaan. Struktur biopolitik berperan sebagai alat kontrol untuk mengatur kehidupan manusia secara keseluruhan dan membantu mengatasi berbagai masalah yang muncul (Foucault, dalam Nashuhah, 2022).

Konsep biopolitik Foucault mengajarkan bahwa tubuh diharapkan bisa menghasilkan hasil yang sesuai dengan keinginan untuk meraih keuntungan lebih besar, sementara tubuh tersebut dapat dikendalikan oleh orang-orang yang memiliki kekuasaan. Praktik biopolitik tubuh merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan tubuh manusia, termasuk mendisiplinkan dan memberikan hukuman bagi mereka yang tidak mematuhi aturan yang telah ditetapkan oleh pihak yang berkuasa. Dalam hal ini, tubuh perempuan secara tidak langsung diatur dan dikendalikan di perusahaan otomotif.

Referensi

- Apriliani, R. (2022). Critical Discourse Analysis Norman Fairclough Pidato Sri Sultan Hamengkubuwono X dalam Merespon Pandemi COVID-19. *Impresi*, 3(2), 30–41.
- Fairclough, N. (n.d.). Kajian Wacana Kritis : Pendahuluan, Kajian Wacana Kritis (Issue April 2014).
- Hadji, R., Nurdin, N., & Ismail, L. (2020). Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus Sales Promotion Girl Di Mall Ratu Indah Makassar). *Aksiologi : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 44–55.
- Lano, K. (2020). Peran Perempuan dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Perempuan Pekerja Sawah di Desa Lemoh Barat Kecamatan Tombariri Timur Kabupaten Minahasa). *Agile Model-Based Development Using UML-RSDS*, 20(3), 43–68.

- Nashuhah, N. (2022). Aspek Biopolitik dalam Sekuritisasi Covid-19 oleh WHO (World Health Organization). *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 11(2), 90–120.
- Purwanti, T. (2020). Kuasa Tubuh dan Perlawanan: Anti Politisasi dan Komodifikasi Tubuh Perempuan dalam Ruang Virtual. *Umbara*, 5(2), 141-156.
- Saputra, A. T., & Murtana, I. N. (2019). Peristiwa Teater Tu(M)Buh sebagai Konstruksi Politik Tubuh. *Panggung: Jurnal Seni Budaya*, 29(2), 102-115.
- Velov, B., & Kolev, D. (2021). Female Body in Media and Marketing. *EMC Review - Časopis Za Ekonomiju - Apeiron*, 21(1), 7–22.



BELAJAR DARI BOOTCAMP: POLA KOMUNIKASI VIRTUAL ANAK MUDA PENGASAH SKILL

Ananda Mirasuki Santana, Novrian

Perkembangan Teknologi dan Dampaknya pada Dunia Kerja

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku kehidupan sehari-hari, cara berkomunikasi, dan mobilisasi massa. Komunikasi tidak lagi terbatas pada interaksi langsung; kini, media digital memungkinkan kita untuk berkomunikasi dan menyebarkan informasi secara lebih luas. Perkembangan teknologi ini juga menghasilkan media baru yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk interaksi sosial. Melalui media baru, kita dapat memperluas pengetahuan, mendapatkan informasi, serta mengikuti pemberitaan dan aktivitas orang lain (Zein, 2019).

Selain mempengaruhi kehidupan sosial, perkembangan teknologi dan informasi juga berdampak besar pada sumber daya manusia. Salah satu dampaknya terasa di dunia kerja, terutama selama pandemi COVID-19. Tidak hanya sektor pekerjaan, sektor pendidikan juga menghadapi tantangan besar, seperti terbatasnya komunikasi dan interaksi antara pengajar dan siswa. Teknologi

menjadi sangat penting untuk mendukung pembelajaran dan aktivitas lainnya selama pandemi. Di sisi lain, pandemi menyebabkan banyak pekerja, terutama *fresh graduate*, kesulitan merintis karir. Fenomena lainnya adalah banyak perusahaan yang melakukan pengurangan karyawan. Hingga kini, meskipun pandemi sudah berlalu, mencari peluang kerja tetap sulit, dan masyarakat kini memasuki masa transisi. Beberapa faktor yang mempengaruhi kesulitan ini adalah kurangnya pengetahuan, keterampilan, dan minimnya edukasi dalam merintis karir (Lestari, 2017).

Sebuah laporan yang diterbitkan oleh CNBC Indonesia pada 7 Juni 2023 mengungkapkan bahwa, dibandingkan dengan era reformasi, upaya pengurangan pengangguran di era pemerintahan Joko Widodo terhenti hingga berakhirnya era Megawati pada 2004, ketika tingkat pengangguran justru meningkat. Pengangguran di dominasi oleh generasi Z, atau mereka yang berusia di bawah 25 tahun. Proporsi lulusan sekolah menengah atas dan sarjana di kalangan generasi muda berusia 15-24 tahun juga meningkat, yang menunjukkan bahwa semakin sulit bagi generasi muda untuk mendapatkan pekerjaan.

Sebagai respons terhadap situasi ini, beberapa perusahaan mulai fokus pada peningkatan kemampuan sumber daya manusia melalui program pelatihan. Tujuan utama dari program pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dasar pekerja dan menyesuaikan kapasitas mereka dengan permintaan pasar. Banyak perusahaan berlomba-lomba meningkatkan keterampilan teknis (*hardskill*) para pekerjanya agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif (Astutik & Sulhan, 2022).

Menurut Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) dalam laporan yang dikutip dari Marketeers.com pada 21 Desember 2022, pekerja dengan keterampilan rendah diperkirakan akan semakin sulit mendapatkan pekerjaan pada 2023. Pekerja dengan keterampilan rendah, seperti lulusan sekolah dasar dan menengah, menghadapi tantangan besar dalam mencari pekerjaan. Hal ini disebabkan oleh kenaikan upah minimum yang harus dibayar oleh

pengusaha di berbagai kabupaten, kota, dan provinsi, yang menyebabkan tingkat pengangguran dan kemiskinan diperkirakan akan meningkat.

Teknologi pendidikan, atau EduTech, muncul sebagai solusi alternatif yang dapat meningkatkan pengalaman belajar secara menarik dan inklusif. Sistem pendidikan yang mengintegrasikan teknologi secara fleksibel dan bernilai ini dapat mempersiapkan siswa untuk memasuki dunia kerja. Dengan perencanaan dan implementasi yang tepat, teknologi pendidikan dapat mempercepat, meningkatkan, dan memperluas dampak pengajaran yang efektif. Di Indonesia, perkembangan teknologi pendidikan sangat pesat, dengan ratusan *start-up* yang menawarkan solusi dan layanan yang memberikan dampak positif terhadap perkembangan pendidikan (Humairoh & Pinandito, 2023).

Program *bootcamp*, salah satu bentuk pendidikan berbasis teknologi, menyediakan kelas virtual yang dapat diikuti oleh siapa saja. Kelas virtual ini memungkinkan pelajar untuk belajar dari rumah masing-masing. Dalam praktiknya, kelas virtual mencakup penyampaian materi oleh mentor, diskusi, serta interaksi antara mentor dan pelajar atau antar pelajar. Materi pembelajaran juga dilengkapi dengan video praktik yang menunjukkan hasil belajar. Kelas virtual ini dapat dilakukan melalui platform seperti Zoom dan Telegram untuk memfasilitasi komunikasi.

Selain itu, komunikasi yang terjalin dalam kelas virtual perlu memperhatikan pola komunikasi yang efektif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Pola komunikasi yang terstruktur dan jelas sangat penting untuk keberhasilan proses pembelajaran dan pengembangan keterampilan. Dengan pola komunikasi yang efektif, kelas virtual dalam program *bootcamp* dapat membantu peserta mengembangkan keterampilan mereka secara maksimal.

Pola Komunikasi dalam Program *Bootcamp Myskill*

Program *bootcamp* Myskill dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang efektif melalui berbagai pola komunikasi. Dalam konteks kelas virtual ini, komunikasi menjadi elemen kunci untuk memastikan penyampaian materi berjalan lancar dan peserta dapat memahami informasi yang diberikan. Menggunakan berbagai media digital seperti Zoom Meeting dan Telegram, program ini mengintegrasikan pola komunikasi yang memungkinkan interaksi antara mentor dan peserta secara fleksibel, baik dalam bentuk komunikasi satu arah maupun dua arah.

Berikut adalah jenis-jenis pola komunikasi yang diterapkan dalam program *bootcamp* Myskill.

1. Pola Komunikasi Primer

Dalam kelas virtual program *bootcamp* Myskill, terdapat pola komunikasi primer, yaitu komunikasi langsung antara komunikator dan komunikan. Mentor sebagai komunikator menyampaikan pesan atau informasi, seperti aturan kelas dan materi *bootcamp*, kepada peserta yang menjadi komunikan. Penyampaian materi ini dilakukan secara langsung selama sesi kelas berlangsung, termasuk memberikan penjelasan mengenai tugas atau *mini task* yang harus dikerjakan oleh peserta.

2. Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi sekunder dalam program ini menggunakan media sebagai perantara komunikasi, seperti Zoom Meeting untuk penyampaian materi secara virtual dan Telegram untuk diskusi setelah kelas. Dalam sesi Zoom Meeting, mentor menyampaikan materi dengan format tertentu, termasuk pengenalan, pembahasan materi, dan contoh pengerjaan tugas. Selain itu, Telegram digunakan untuk memfasilitasi komunikasi antara mentor dan peserta di luar jam kelas, terutama untuk membahas tugas yang belum dipahami. Peserta dapat berdiskusi secara langsung dalam grup

Telegram, yang membantu mereka memahami materi dengan lebih baik.

3. Pola Komunikasi Sirkular

Pola komunikasi sirkular ditandai dengan komunikasi dua arah antara mentor dan peserta. Pada akhir sesi kelas, terdapat sesi tanya jawab yang memungkinkan peserta untuk memberikan tanggapan atau pertanyaan terkait materi yang disampaikan. Interaksi ini menciptakan umpan balik langsung, di mana mentor dapat mengetahui sejauh mana materi dipahami oleh peserta. Media seperti aplikasi Slido juga digunakan untuk memfasilitasi pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh mentor.

4. Pola Komunikasi Linear

Pola komunikasi linear terlihat pada penyampaian materi secara satu arah dari mentor kepada peserta. Dalam sesi Zoom Meeting, mentor menjelaskan materi sesuai jadwal tanpa adanya komunikasi bolak-balik. Walaupun interaksi langsung terbatas, mentor tetap berusaha menyampaikan informasi secara jelas dan memberikan tips praktis yang relevan dengan materi yang dibahas.

Dengan kombinasi pola komunikasi tersebut, program *bootcamp* Myskill dirancang untuk memberikan pengalaman pembelajaran yang komprehensif, baik melalui interaksi langsung maupun penggunaan media digital.

Media yang Digunakan dalam Kelas Virtual *Bootcamp* Myskill

Program kelas virtual *bootcamp* Myskill memanfaatkan berbagai media dan saluran komunikasi digital untuk mendukung pelaksanaan pembelajaran secara daring. Media-media ini dirancang agar peserta dapat mengikuti kelas dengan mudah, memahami materi, dan terlibat dalam berbagai kegiatan. Berikut adalah beberapa media yang digunakan:

1. Twibbonize

Twibbonize digunakan sebagai salah satu syarat untuk mengikuti program *bootcamp*. Peserta diminta untuk memposting foto dengan template yang telah disediakan oleh pihak Myskill di media sosial masing-masing. Media ini juga berfungsi sebagai bukti partisipasi peserta dalam program, yang nantinya dapat digunakan untuk keperluan administrasi seperti klaim sertifikat.

2. Zoom Meeting

Zoom Meeting adalah platform utama untuk pelaksanaan kelas virtual *bootcamp*. Melalui Zoom, mentor menyampaikan materi, menjelaskan tugas (minitask), dan berinteraksi dengan peserta secara langsung. Media ini memungkinkan peserta mengikuti pembelajaran secara *real-time*, berkomunikasi dengan mentor, dan mendapatkan penjelasan materi secara lebih interaktif.

3. Telegram

Telegram digunakan sebagai saluran komunikasi tambahan untuk mendukung kelancaran kegiatan *bootcamp*. Grup Telegram menjadi tempat untuk berbagi informasi seperti jadwal kelas, link Zoom, dan template tugas. Selain itu, grup ini juga menjadi ruang diskusi bagi peserta untuk bertukar informasi, mendiskusikan tugas, dan menjalin interaksi sosial.

4. Slido

Slido digunakan sebagai media tanya jawab selama kelas berlangsung. Melalui platform ini, peserta dapat menyampaikan pertanyaan terkait materi yang sedang dibahas. Mentor kemudian akan memberikan tanggapan atas pertanyaan yang diajukan, menciptakan interaksi yang lebih terstruktur antara mentor dan peserta.

Media-media ini berperan penting dalam mendukung keberhasilan program *bootcamp* Myskill, memastikan peserta

dapat belajar secara efektif, dan terlibat dalam proses pembelajaran dengan berbagai cara.

Hambatan dalam Program *Bootcamp* Myskill

Pelaksanaan pembelajaran jarak jauh secara *online*, seperti yang dilakukan dalam program *bootcamp* Myskill, sering kali menghadapi tantangan tertentu. Kendala-kendala ini dapat memengaruhi efektivitas pembelajaran dan menghambat peserta untuk sepenuhnya memanfaatkan program. Berikut adalah beberapa hambatan yang sering ditemukan:

1. Kendala Jaringan Internet

Karena kelas virtual ini sepenuhnya dilakukan secara *online*, koneksi internet menjadi faktor penting dalam kelancaran pelaksanaan. Banyaknya peserta yang berasal dari berbagai daerah dengan kualitas jaringan yang berbeda-beda kerap menimbulkan kendala teknis, seperti keterlambatan dalam komunikasi atau gangguan selama kelas berlangsung.

2. Akses dalam Tanya Jawab

Proses interaksi dalam sesi tanya jawab terkadang menjadi kurang praktis karena menggunakan aplikasi terpisah, seperti Slido, untuk menyampaikan pertanyaan. Hal ini dapat membuat peserta merasa kurang leluasa dalam berkomunikasi. Selain itu, penggunaan live chat di Zoom terkadang tidak efektif karena pesan yang masuk terlalu cepat dan menumpuk, sehingga sulit untuk dikelola oleh mentor.

3. Kendala Konsentrasi

Kelas virtual menghadapi tantangan dalam menjaga fokus peserta. Gangguan dari fitur live chat Zoom yang sering kali keluar dari topik pembicaraan dapat mengalihkan perhatian peserta. Selain itu, jadwal kelas yang ditentukan secara seragam untuk semua peserta tanpa opsi fleksibilitas waktu terkadang tidak cocok bagi sebagian orang.

4. Pola Komunikasi Satu Arah

Pembelajaran melalui Zoom sering kali berlangsung dengan pola komunikasi satu arah, di mana mentor menjadi satu-satunya sumber penyampaian informasi. Hal ini dapat membatasi interaksi yang dinamis antara mentor dan peserta, terutama dalam menyampaikan tanggapan atau berdiskusi lebih mendalam.

Hambatan-hambatan ini menjadi tantangan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan *bootcamp* di masa mendatang. Upaya untuk mengatasi kendala teknis, meningkatkan interaksi, dan mengelola waktu secara lebih fleksibel dapat menjadi solusi yang mendukung pengalaman pembelajaran daring yang lebih baik.

Referensi

- Astutik, W., & Sulhan, M. (2022). Pelatihan Kerja, Soft Skill dan Hard Skill Mendorong Peningkatan Kinerja Karyawan. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 7(2), 9-21.
- Lestari, I. (2017). Meningkatkan Kematangan Karir Remaja Melalui Bimbingan Karir Berbasis Life Skills. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 17-27.
- Humairoh, H. A. N., & Pinandito, A. (2023). Pengaruh Bootcamp Online terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(4), 1913–1920.
- Zein, M. F. (2019). *Panduan Menggunakan Media Sosial untuk Generasi Emas Milenial*.



CAHAYA DARI KANVAS: MENAFSIR MAKNA MATAHARI DI LUKISAN SECRETOFTHE SUN

Alviansyah Rizqi Pradana, Yudhistira Ardi Poetra

Seni Lukis sebagai Media Komunikasi Visual

Seni lukis telah lama menjadi salah satu media penting dalam menyampaikan cerita dan perasaan. Sebagai karya seni dua dimensi, seni lukis menggunakan unsur warna dan garis untuk mengkomunikasikan pesan kepada *audiens* (Sundoro dalam Candra Aditya Dwi, 2016). Di Indonesia, seni lukis modern mengalami perjalanan panjang, dipengaruhi oleh kolonialisme Barat serta dinamika budaya, sosial, sejarah, dan politik (Wibowo, 2013).

Seni lukis Indonesia memiliki akar budaya yang beragam, mencakup representasi manusia, hewan, tumbuhan, pemandangan alam, hingga karya abstrak. Media seperti kanvas atau permukaan datar lainnya sering digunakan untuk menuangkan ide dalam bentuk gambar dua dimensi, dengan elemen garis dan warna sebagai elemen utama (Wiratno, 2018). Perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan, memungkinkan seniman menggunakan perangkat digital, seperti tablet grafis dan perangkat lunak melukis, untuk menciptakan karya seni.

Seni lukis juga menjadi medium yang kuat untuk menyampaikan ide dan emosi, menggunakan elemen visual seperti warna dan komposisi untuk menciptakan komunikasi visual yang

efektif (Ertana, 2012). Sebagai salah satu bentuk komunikasi visual, seni lukis memungkinkan seniman menyampaikan gagasan kompleks yang sulit diungkapkan dengan kata-kata (Istanto, 2000). Dalam pendekatan semiotik, seni lukis dapat dilihat sebagai kombinasi simbol dan tanda yang menyampaikan pesan. Simbol dalam seni lukis sering memiliki makna mendalam yang membutuhkan interpretasi cermat. Misalnya, simbol matahari sering digunakan untuk merepresentasikan kehidupan, pencerahan, dan siklus alam (Desmita & Hafiz, 2020).

Seniman Indonesia seperti Muhammad Habibi, yang dikenal dengan nama akun Instagram *Secreteofthesun*, memanfaatkan simbol matahari sebagai elemen sentral dalam karyanya. Dengan gaya visual yang unik, Habibi menyampaikan makna yang berbeda dalam setiap karya seninya. Melalui platform digital seperti Instagram, seniman seperti Habibi dapat memperluas jangkauan karya mereka, menghubungkan seni dengan khalayak yang lebih luas. Dalam konteks ini, perkembangan seni lukis tidak hanya mencerminkan kreativitas seniman, tetapi juga interaksi dengan teknologi, globalisasi, dan perubahan sosial yang lebih luas. Seni lukis tetap menjadi sarana komunikasi yang efektif, menghubungkan emosi, ide, dan cerita seniman dengan penontonnya melalui media visual yang dinamis.

Interpretasi Visual dan Simbolik pada Tiga Lukisan

Lukisan Honus

Dalam lukisan *Honus*, terdapat tiga burung yang berkumpul di bawah sinar matahari cerah. Matahari yang mencolok ini dihiasi dengan kata-kata seperti *Alive*, *Freedom*, *Brave*, *Feels*, dan *Fly*. Pemilihan warna yang berani dengan kombinasi "tabrakan" warna menciptakan kesan dinamis.

1. Makna Konotasi

Lukisan ini menggambarkan makna keberanian sebagai kemampuan untuk mengatasi rasa takut. Pesan yang disampaikan adalah bahwa untuk mencapai kebebasan sejati,

seseorang perlu menghadapi dan menaklukkan ketakutannya. Burung yang terbang melambangkan kebebasan tanpa batas, sebuah analogi bagi manusia untuk melampaui keterbatasan dan mengejar kebebasan dalam hidup.

2. Simbolisme dan Mitos

Burung dalam lukisan sering dikaitkan dengan kebebasan dan spiritualitas, sementara matahari melambangkan harapan, kebangkitan, dan kehidupan baru dalam banyak budaya. Kombinasi ini menciptakan narasi visual tentang semangat dan optimisme.

Lukisan She Cannot See Who Is Loved

Lukisan ini menampilkan lima orang, di mana empat di antaranya saling berpelukan untuk memberikan pelukan kepada satu orang. Elemen bunga matahari di latar menciptakan suasana alami yang dipertegas oleh warna kuning dan tangkai biru. Matahari yang bersinar cerah di latar belakang menjadi elemen yang mencolok, dengan warna biru lembut sebagai latar.

1. Makna Konotasi

Lukisan ini mencerminkan ketidakmampuan seseorang untuk menyadari kasih sayang yang diterimanya. Matahari melambangkan kasih yang selalu ada tetapi sering diabaikan. Pelukan dalam lukisan menjadi simbol dukungan dan cinta yang hangat.

2. Simbolisme dan Mitos

Dalam mitologi, pelukan menggambarkan hubungan erat dan harmoni antar individu atau makhluk mitologis. Kehadiran bunga matahari dan sinar matahari memberikan simbol tentang cinta yang bersinar, meskipun mungkin tidak selalu disadari oleh penerimanya.

Lukisan Man of Sun

Lukisan ini menggambarkan sosok yang berteriak dengan ekspresi garang. Wajahnya dihiasi kombinasi warna kuning, biru,

merah, dan oranye, sementara latar belakang menunjukkan empat wajah lain dengan rupa yang berbeda-beda. Matahari yang digambarkan di latar belakang terlihat lembut, seolah hanya menjadi elemen pendukung.

1. Makna Konotasi

Matahari terbit dalam lukisan ini menjadi metafora untuk peluang baru. Seperti matahari yang bangkit dari kegelapan malam, lukisan ini menggambarkan harapan dan perubahan yang datang dengan setiap hari baru. Sosok yang berteriak melambangkan semangat dan keberanian untuk meraih impian.

2. Simbolisme dan Mitos

Lukisan ini merujuk pada mitologi dewa Helios dari Yunani, dewa matahari yang mengendarai kereta emas melintasi langit. Matahari dalam konteks ini melambangkan kekuatan, vitalitas, dan tekad, sebuah elemen yang menginspirasi perwujudan mimpi.

Simbolisme Matahari dalam Karya Seni Secretofthesun

Karya seni Secretofthesun secara konsisten menggunakan simbol matahari sebagai elemen utama. Simbol ini bukan sekadar ornamen visual, tetapi mengandung makna yang dalam. Matahari sering dilihat sebagai simbol kehidupan, kekuatan, dan penerangan dalam berbagai budaya. Cahaya dan kehangatannya yang memberi energi pada kehidupan menjadikan matahari lambang vitalitas dan keberlanjutan. Selain itu, matahari juga mewakili keberanian, kekuasaan, dan pencerahan, menekankan gagasan tentang keberhasilan dan kemampuan untuk memberikan dampak positif.

Simbol matahari memiliki arti personal yang erat kaitannya dengan identitas sang seniman, Ahmad Habibi. Secretofthesun sendiri berarti "Rahasia Matahari," mengandung filosofi tentang manfaat dan kehangatan yang diberikan oleh matahari. Menurut Habibi, matahari adalah metafora kehidupan manusia yang ideal: selalu menyinari, membawa manfaat, dan menyebarkan kebaikan.

Filosofi ini tercermin dalam penggunaan simbol matahari dalam setiap karyanya, dengan harapan orang yang melihat lukisannya dapat merasakan energi positif dan kebaikan yang dipancarkan.

Salah satu contoh karya Secretofthesun adalah lukisan berjudul *Honus Mean Brave*, yang dipamerkan pada tahun 2021. Lukisan ini menampilkan burung dengan latar belakang matahari yang terang. Burung, bagi seniman, adalah simbol kebebasan dan keberanian. Ia terinspirasi oleh peran burung dalam sejarah, seperti dalam pengiriman pesan di masa lalu. Matahari di lukisan ini dihiasi kata-kata seperti *Brave*, *Alive*, dan *Freedom*, yang merupakan pesan sederhana namun bermakna, mencerminkan nilai-nilai keberanian, kehidupan, dan kebebasan.

Lukisan lainnya, *She Cannot See Who Is Loved*, mengangkat tema feminisme dengan cara yang unik. Melalui lukisan ini, Secretofthesun berusaha menyampaikan bahwa feminisme tidak hanya terkait dengan penampilan atau pernyataan, tetapi lebih kepada tindakan nyata untuk memberikan kebaikan. Matahari dalam karya ini kembali muncul sebagai simbol positif, menyoroti pentingnya menyebarkan kebaikan. Komposisi lukisan ini menunjukkan beberapa sosok yang saling berpelukan, menggambarkan hubungan antarmanusia yang saling mendukung dan mencintai. Sosok dengan tangan terbuka di tengah lukisan melambangkan penerimaan terhadap kebaikan. Dengan wajah yang serupa, seniman menyampaikan pesan bahwa setiap manusia, tanpa memandang gender atau standar kecantikan, memiliki nilai yang sama. Kehadiran bunga di dalam lukisan melambangkan pertumbuhan dan harapan.

Lukisan *Man of Sun* mengisahkan bahwa setiap manusia pada dasarnya adalah matahari yang memiliki kemampuan untuk menyebarkan kebaikan. Dalam karya ini, matahari menjadi simbol universal kebaikan, dengan banyak wajah yang menggambarkan bahwa setiap individu memiliki potensi untuk memberikan dampak positif bagi orang lain. Pesan ini selaras dengan filosofi sang seniman bahwa kehidupan ideal adalah kehidupan yang penuh kebaikan dan kontribusi positif terhadap sesama.

Dengan menggunakan simbol matahari sebagai elemen inti, karya-karya Secretofthesun menciptakan narasi visual yang sarat makna. Simbol ini tidak hanya merepresentasikan kekuatan alam, tetapi juga menjadi alat untuk menyampaikan pesan tentang keberanian, cinta, dan harapan, yang relevan bagi semua manusia. Melalui matahari, seniman berhasil menghadirkan simbol universal yang mampu menyatukan berbagai interpretasi, dari semangat hidup hingga kebersamaan antarindividu. Matahari, dengan sinarnya yang tidak pernah pilih kasih, menjadi cerminan ideal tentang bagaimana manusia seharusnya berbagi kebaikan tanpa pamrih. Secretofthesun mengajak para penikmat seni untuk merenungkan peran mereka sebagai "matahari" dalam kehidupan, menjadi penerang dan sumber energi positif bagi orang-orang di sekitar mereka.

Referensi

- Akkas. (2020). Fungsi Dan Makna Simbolik Pada Seni Lukis Kulit Kayu Kombouw Masyarakat Sentani. Skripsi, Universitas Negeri Makassar.
- Ertana, A. (2012). Badut sebagai Simbol Perilaku Menyimpang Pada Kehidupan Sosial dalam Seni Lukis. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 1(1), 15-28.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi 2*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Wiratno, T. A. (2018). *Seni Lukis Konsep dan Metode*. In INA-Rxiv Papers.
- Yunus, P. P., & Muhaemin, M. (2022). Semiotika dalam Metode Analisis Karya Seni Rupa. *Jurnal SASAK : Desain Visual Dan Komunikasi*, 4(1), 29-36.



BAHASA BELAJAR ONLINE: SERBA-SERBI KOMUNIKASI DI MBKM ZENIUS

Annisa Fitriani Komalasari, Wa Ode Sitti Nurhaliza

Peran Bahasa dalam Pendidikan Virtual

Dalam proses pembelajaran, komunikasi memegang peran penting sebagai sarana penyampaian materi dan interaksi antara pendidik dan peserta didik. Keberhasilan pendidikan sangat dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi (Mahadi, 2021). Secara umum, pesan dalam sistem komunikasi dapat disampaikan melalui komunikasi verbal maupun nonverbal (Mertayasa, 2021). Salah satu aspek penting dari komunikasi ini adalah kemampuan berbahasa yang menjadi prasyarat bagi pengajar dalam menjalankan tugasnya.

Menurut Wicaksono, keterampilan berbahasa merupakan bentuk komunikasi verbal yang wajib dikuasai oleh pendidik. Kemampuan ini menjadi penting karena komunikasi pembelajaran bertujuan mengarahkan siswa untuk mencapai kompetensi yang telah ditentukan (Mertayasa, 2021). Dengan demikian, bahasa bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga sarana penggerak menuju pencapaian tujuan pembelajaran.

Pandemi Covid-19 membawa perubahan signifikan dalam sistem pembelajaran, termasuk pergeseran dari metode tatap muka ke metode virtual. Thome (dalam Lubis et al., 2021) menjelaskan bahwa pembelajaran virtual mencakup berbagai

media seperti ruang kelas daring, email, video streaming, dan lain-lain. Shahabadi dan Uplane (dalam Susanti & Estherina, 2022) membagi pembelajaran virtual menjadi dua metode, yaitu asynchronous dan synchronous learning. Metode asynchronous memungkinkan siswa belajar secara fleksibel tanpa keterikatan waktu, sementara synchronous melibatkan interaksi langsung antara pengajar dan peserta didik.

Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diperkenalkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Nadiem Makarim, juga memberikan peluang bagi mahasiswa untuk belajar di luar kampus. Salah satu program unggulan MBKM adalah Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB), yang melibatkan mitra-mitra seperti Zenius (Khasanah et al., 2022). Sebagai mitra sejak batch pertama pada tahun 2021, Zenius telah melibatkan lebih dari 3.000 mahasiswa dari 342 perguruan tinggi di berbagai daerah di Indonesia.

Dalam pelaksanaan program MSIB Zenius yang dilakukan secara virtual, muncul berbagai tantangan, termasuk miskomunikasi. Hal ini sering terjadi karena keragaman latar belakang peserta yang mencakup wilayah, universitas, dan bahasa. Bahasa Indonesia menjadi penghubung utama, tetapi variasi istilah dan dialek lokal sering kali menjadi kendala. Penggunaan istilah yang kurang dikenal sebelumnya oleh peserta dapat menghambat kelancaran komunikasi dalam kegiatan kelompok, seperti pengerjaan proyek.

Interaksi Virtual dalam Studi Independen Zenius

Selama pelaksanaan kegiatan Studi Independen Zenius angkatan 5, seluruh kegiatan pembelajaran dilaksanakan secara virtual dengan menggunakan media daring. Keberhasilan dalam pembelajaran virtual sangat bergantung pada efektivitas komunikasi yang berlangsung di antara semua pihak. Agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, komunikasi yang terjalin antar individu, baik antar peserta dengan mentor maupun antar peserta, perlu berjalan lancar. Hal ini akan mendukung

pemahaman materi yang optimal dan tercapainya tujuan pembelajaran.

Pembelajaran secara virtual juga memerlukan kedekatan yang baik antara peserta dan mentor, serta antar peserta itu sendiri. Dengan adanya komunikasi yang baik, proses pembelajaran dapat berlangsung sesuai harapan, meskipun dilakukan secara daring. Dalam kegiatan Studi Independen Zenius, terdapat dua metode utama yang digunakan, yaitu pembelajaran sinkronus dan asinkronus. Pembelajaran sinkronus dilakukan secara langsung melalui media daring seperti Zoom Meeting, dan dapat berupa kelas langsung atau sesi mentoring. Sementara itu, pembelajaran asinkronus memungkinkan peserta untuk belajar secara mandiri, seperti mempelajari modul, menonton video pembelajaran, atau mengerjakan tugas yang diberikan, tanpa batasan waktu tertentu.

Namun, beberapa peserta mengungkapkan bahwa penggunaan istilah dalam bahasa asing menjadi tantangan tersendiri dalam mengikuti pembelajaran. Mereka seringkali perlu menerjemahkan istilah-istilah tersebut untuk memahami materi dengan baik. Meskipun demikian, tantangan ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperluas kosakata dan pemahaman mereka terhadap istilah dalam bahasa asing.

Selain kode verbal, dalam kegiatan pembelajaran virtual Studi Independen Zenius, ditemukan pula penggunaan kode nonverbal, seperti *emoticon*, stiker, dan fitur "*raise hand*" untuk meningkatkan interaksi dan komunikasi antar peserta. Penggunaan elemen-elemen ini membantu menciptakan suasana yang lebih interaktif dan mempermudah komunikasi selama pembelajaran daring.

Komunikasi Digital dalam Pembelajaran Virtual

Selama pelaksanaan program Studi Independen Zenius angkatan 5, seluruh kegiatan pembelajaran dilaksanakan secara virtual melalui media komunikasi digital yang mengandalkan internet. Hal ini sejalan dengan konsep CMC (*Computer-Mediated*

Communication), yang menyatakan bahwa komunikasi yang terjadi melalui internet dipengaruhi oleh berbagai faktor kontekstual, seperti partisipan, durasi kegiatan, sifat hubungan antar individu, jenis saluran media yang digunakan, serta cara komunikasi yang diterapkan, apakah dilakukan secara sinkron atau asinkron, publik atau privat, serta bagaimana sikap yang ditunjukkan oleh para partisipan (Thurlow dalam Arifah & Candrasari, 2022).

CMC juga menjelaskan bahwa terdapat beragam media yang digunakan dalam komunikasi digital, yang memungkinkan pesan dikirim melalui video, audio, dan teks. Dalam program ini, pesan disampaikan melalui berbagai media, seperti video dan audio dalam sesi *live class* maupun video pembelajaran, serta teks melalui platform komunikasi seperti WhatsApp dan Telegram.

Dalam kegiatan pembelajaran virtual yang berlangsung, terdapat dua metode utama yang digunakan: sinkronus dan asinkronus. Pembelajaran sinkronus dilakukan melalui interaksi langsung, seperti dalam *live class* yang menggunakan aplikasi Zoom, di mana mentor dan peserta berkomunikasi secara *real-time*. Sebaliknya, pembelajaran asinkronus memungkinkan peserta untuk belajar secara mandiri, misalnya dengan mengakses materi di platform Canvas atau mengerjakan tugas yang diberikan. Pembelajaran sinkronus juga mencakup sesi mentoring mingguan, yang mencakup pengecekan tugas dan diskusi materi.

Selain Zoom, beberapa media lain seperti WhatsApp, Telegram, dan Canvas juga digunakan dalam pembelajaran virtual ini. Canvas berfungsi sebagai platform untuk menyimpan materi pembelajaran dalam bentuk teks dan video, serta sebagai sistem penugasan untuk tugas-tugas yang diberikan. Tugas-tugas ini terdiri dari tugas individu, seperti *checkpoint* dan quiz, serta tugas kelompok, yang termasuk final project yang menjadi penentu nilai akhir peserta.

Komunikasi verbal dan non-verbal memegang peranan penting dalam proses pembelajaran virtual ini. Dalam komunikasi verbal, bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa utama, meskipun beberapa istilah asing, terutama dalam konteks Product

Management, juga sering digunakan. Beberapa istilah seperti *objective key result*, *user flow*, dan *product requirement document* menjadi tantangan bagi peserta yang belum familiar dengan istilah-istilah tersebut. Meskipun demikian, tantangan ini memberi kesempatan bagi peserta untuk memperdalam pemahaman mereka terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam konteks tersebut.

Selain komunikasi verbal, kode non-verbal juga ditemukan dalam bentuk penggunaan *emoticon*, stiker, dan fitur "*raise hand*" dalam aplikasi Zoom, WhatsApp, dan Telegram. Kode non-verbal ini membantu memperlancar interaksi dan komunikasi selama pembelajaran virtual, menciptakan suasana yang lebih dinamis dan mempermudah komunikasi antara peserta dan mentor.

Secara keseluruhan, pembelajaran virtual dalam program Studi Independen Zenius didukung oleh beragam media dan metode yang memfasilitasi komunikasi efektif antara peserta dan mentor, meskipun ada tantangan dalam penggunaan bahasa dan istilah asing.

Referensi

- Khasanah, E. N., Anwar, M. K., Ha, I., & Purnama, N. (2022). Implementasi Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Melalui Program Kampus Mengajar Angkatan 2 Di Sekolah Dasar. *Saraq Opat: Jurnal Administrasi Publik*, 4(2), 71–83.
- Lubis, N. F., Siregar, E. J., & Batubara, S. I. (2021). Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Pembelajaran Daring Pada Mata Kuliah Kimia Dasar Di Institut Pendidikan Tapanuli Selatan Tahun Akademik 2020/2021. *Jurnal Education And ...*, 9(3), 394–399.
- Mahadi, U. (2021). Komunikasi Pendidikan (Urgensi Komunikasi Efektif dalam Proses Pembelajaran). *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 2(2), 80-90.
- Mertayasa, I. K. (2021). Komunikasi Pembelajaran Daring Pada Masa Pandemi Covid-19. *Dharma Duta : Jurnal Penerangan Agama Hindu*. 19(2).

Susanti, L., & Estherina, R. (2022). Pembelajaran Blending Asynchronous-Synchronous Learning Berbasis Relevan Terhadap Hasil Belajar Kognitif Peserta Didik Sekolah Dasar Pada Masa Pandemi. Edcomtech: *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 7(1), 79.



DARI ALUMNI, UNTUK SOLIDARITAS: STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS IKASTAM

Muhammad Renaldi

IKASTAM dan Strategi Penguatan Solidaritas Alumni

Ikatan Alumni adalah sekumpulan individu yang telah menyelesaikan pendidikan di lembaga yang sama, kemudian berhimpun untuk menyalurkan aspirasi dalam wadah organisasi Ikatan Alumni. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, alumni diartikan sebagai orang yang telah mengikuti atau tamat dari suatu sekolah atau perguruan tinggi. Oleh karena itu, alumni memiliki keterikatan dengan lembaga pendid yang mereka tinggalkan, baik secara emosional maupun fisik. Ikatan Alumni berfungsi sebagai sumber penerimaan dan penyebaran informasi, serta sebagai sarana silaturahmi antar keluarga besar lulusan suatu sekolah, universitas, atau lembaga pendidikan. Namun, tidak semua organisasi alumni mengoptimalkan keberadaannya. Ikatan Alumni tidak hanya berfungsi sebagai sarana eksistensi, melainkan juga sebagai wadah yang membawa banyak manfaat, seperti meningkatkan hubungan antar alumni (Yunus, 2014).

Fenomena yang terjadi di banyak sekolah, di mana Ikatan Alumni tidak dimanfaatkan secara maksimal. Terlebih lagi, Ikatan Alumni yang dibentuk dari alumni Sekolah Menengah Pertama (SMP) menghadapi tantangan besar dalam mengumpulkan alumni-alumni, mengingat hilangnya kontak antar sesama alumni. Hal ini sering menjadi hambatan dalam membentuk sebuah organisasi.

Bahkan ketika organisasi alumni sudah terbentuk, kegiatan yang dilakukan seringkali terbatas pada acara rutin seperti halal bihalal atau pertemuan tanpa adanya langkah-langkah konkret untuk pengembangan organisasi. Berbeda dengan Organisasi IKASTAM yang mampu membuktikan kekompakan anggota dari berbagai angkatan, dengan tujuan yang sama, serta kegiatan yang bervariasi dan menarik, seperti kegiatan sosial untuk mengumpulkan donasi bagi korban bencana banjir di Muara Gembong, gempa di Cianjur, santunan anak yatim, donor darah, hingga bazar UMKM. Selain itu, IKASTAM juga rutin mengadakan kegiatan seperti jalan-jalan sehat, touring, dan halal bihalal. Semua kegiatan ini bertujuan untuk membangun komunikasi dan mempererat silaturahmi, sehingga tercipta solidaritas yang kuat antar anggota. Itulah mengapa peneliti tertarik untuk meneliti Organisasi IKASTAM.

Meskipun Organisasi IKASTAM telah banyak melakukan kegiatan yang dapat mempererat komunikasi dan solidaritas antar anggotanya, terkadang pelaksanaan kegiatan tidak selalu berjalan sesuai harapan. Banyak anggota yang kurang aktif atau bahkan tidak berpartisipasi sama sekali. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan anggota dalam membangun komunikasi yang baik, terutama antar angkatan. Sering kali, komunikasi hanya terbatas pada anggota dalam angkatan yang sama, bukan antar angkatan. Kondisi ini mempersulit penyatuan pendapat dan sering kali menimbulkan perbedaan persepsi yang menyebabkan ketegangan. Ketidakharmonisan ini diperburuk dengan adanya perbedaan latar belakang dan ego masing-masing angkatan.

Sebagai contoh, ketika pengurus organisasi terlalu dominan terhadap satu angkatan, angkatan lain bisa merasa cemburu, yang berpotensi merusak suasana organisasi dan menghambat pelaksanaan kegiatan. Untuk mengatasi hal ini, pengurus IKASTAM berupaya berlaku adil melalui diskusi rapat yang melibatkan perwakilan dari setiap angkatan, sehingga tidak ada angkatan yang merasa terabaikan. Keberhasilan suatu organisasi sangat bergantung pada komunikasi dan solidaritas antar anggotanya. Dalam hal ini, solidaritas yang dimaksud adalah kekompakan dan

kerja sama yang terjalin dalam Organisasi IKASTAM saat melaksanakan kegiatan-kegiatan mereka.

Solidaritas dalam Organisasi IKASTAM bertujuan untuk mewujudkan kekompakan dan keakraban antar anggota, baik secara individu maupun kelompok. Keakraban dalam hal ini tidak hanya bertujuan untuk mempererat ikatan antar anggota, tetapi juga sebagai sarana untuk mewujudkan tujuan bersama dalam organisasi. Dengan adanya solidaritas, komunitas dalam organisasi menjadi lebih kokoh, dan rasa saling memiliki antara anggota semakin kuat (Siswanti, 2022).

Strategi komunikasi memegang peran penting dalam membangun solidaritas di IKASTAM. Sebab, strategi komunikasi memiliki makna yang luas dan bertujuan untuk memastikan pesan yang disampaikan diterima dan dipahami dengan baik oleh sasaran, dengan tujuan akhir untuk mengubah sikap dan perilaku seseorang (Humas & Pertama, 2021). Strategi komunikasi menjadi salah satu fokus penting, karena merupakan cara untuk mengatur pelaksanaan komunikasi agar mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi komunikasi mencakup perencanaan dan manajemen untuk mencapai satu tujuan tertentu. Strategi ini memiliki tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas yang didasari oleh teknik tertentu yang digunakan untuk mengimplementasikan tujuan komunikasi (Prabawa, 2020).

Strategi Komunikasi dan Solidaritas di Organisasi IKASTAM

Organisasi IKASTAM didirikan sebagai wadah untuk menggerakkan program kegiatan, yang terbentuk karena para alumni memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk berkumpul, berkomunikasi, bertukar pikiran, serta menjalin silaturahmi. Setelah berkumpul, mereka dapat membentuk kepengurusan yang bertanggung jawab mengelola berbagai kegiatan. Sebagai organisasi yang bergerak di bidang sosial, tanpa ada unsur politik, nilai-nilai yang diusung lebih berfokus pada aspek sosial seperti tolong-menolong, saling menghargai, dan memotivasi. Dalam menjalankan program kegiatan, kerja sama serta kekompakan

antara pengurus sangat dibutuhkan. Berkat kolaborasi antara pengurus dan anggota kepanitiaan, berbagai kegiatan telah berhasil dilaksanakan oleh Organisasi IKASTAM. Menurut Moedasir (2022), sebuah organisasi pada umumnya memiliki tujuan yang lebih luas, seperti meningkatkan kemandirian dan kemampuan sumber daya yang dimiliki. Organisasi juga berfungsi sebagai wadah untuk mencapai keuntungan bersama melalui kerja sama yang baik, serta untuk memberikan peluang bagi individu yang ingin memiliki jabatan atau mendapatkan penghargaan dan pembagian tugas yang jelas.

Namun, dalam perjalanan Organisasi IKASTAM, terdapat beberapa tantangan, seperti masalah keaktifan anggota, komunikasi yang masih terkesan individual, perbedaan pendapat, serta kendala dalam pendanaan untuk menjalankan program kegiatan. Untuk mengidentifikasi masalah-masalah ini, pengurus melakukan observasi langsung di lapangan dan mengumpulkan informasi dari anggota. Setelah masalah teridentifikasi, langkah selanjutnya adalah melakukan strategi komunikasi kelompok melalui rapat diskusi untuk mencari solusi. Rapat diskusi ini menggunakan komunikasi dua arah secara horizontal, sehingga komunikasi menjadi lebih efektif dan terbuka. Menurut Pohan & Fitria (2021), komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang terjadi dalam suatu kelompok terkait masalah atau persoalan yang menyangkut kepentingan bersama. Komunikasi ini lebih terbuka dibandingkan dengan komunikasi individu, sehingga memungkinkan semua anggota untuk berbagi ide dan memberikan masukan.

Setelah analisis dan identifikasi masalah, pengurus melanjutkan dengan melakukan diskusi untuk merumuskan kebijakan dan strategi yang tepat. Salah satu strategi komunikasi yang diterapkan adalah pendekatan persuasif, yakni mengajak anggota yang belum aktif untuk bergabung dan berpartisipasi dalam kegiatan. Pengurus juga berusaha menawarkan program kegiatan yang menarik guna meningkatkan minat anggota untuk

lebih aktif, serta mengadakan kegiatan rutin untuk menjaga keterlibatan.

Saat ini, ada tiga program rutin yang dilaksanakan oleh Organisasi IKASTAM. Pertama, kegiatan pengajian yang diadakan setiap dua bulan sekali, melibatkan empat angkatan sekaligus dalam kepanitiaan. Program ini bertujuan agar komunikasi antar angkatan tetap terjalin dengan baik, sekaligus meningkatkan rasa saling membutuhkan dan kerja sama. Kedua, kegiatan senam yang dilakukan setiap dua minggu sekali pada hari Minggu sore, dan ketiga, kegiatan olahraga voli. Melalui kegiatan rutin ini, anggota sering bertemu, yang memungkinkan terjalinnya komunikasi meskipun berasal dari angkatan, usia, dan latar belakang yang berbeda. Hal ini pada akhirnya mempererat hubungan dan membangun solidaritas di antara mereka. Menurut Emile Durkheim (Siswanti, 2022), solidaritas adalah adanya rasa saling percaya antar individu dalam suatu kelompok atau komunitas. Ketika setiap individu saling mempercayai, akan muncul rasa saling dekat, saling menghormati, serta motivasi untuk mengambil tanggung jawab demi kepentingan bersama.

Dalam setiap program kegiatan, sumber daya yang dibutuhkan meliputi dana dan fasilitas. Organisasi IKASTAM tidak menerima dana dari pihak luar, melainkan mengandalkan kontribusi dari pengurus dan anggota. Terkadang, beberapa anggota secara sukarela menyumbangkan dana mereka untuk mendukung kelancaran kegiatan. Tempat pelaksanaan kegiatan bersifat situasional, meskipun Gedung Juang sering digunakan sebagai lokasi utama untuk kegiatan besar, sementara rapat diskusi dilaksanakan di tempat yang sesuai dengan kebutuhan.

Dengan strategi komunikasi yang baik, pengelolaan yang efisien, serta keterlibatan semua anggota, Organisasi IKASTAM berhasil menjalankan berbagai kegiatan sosial yang membawa dampak positif bagi anggotanya, mempererat hubungan, dan membangun solidaritas antar sesama alumni.

Komunikasi dan Evaluasi sebagai Pilar Utama IKASTAM

Kegiatan komunikasi dalam Organisasi IKASTAM terdiri dari dua komponen utama, yaitu komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. Komunikasi langsung dilakukan ketika pengurus berinteraksi secara tatap muka, seperti dalam rapat atau saat kegiatan acara berlangsung. Untuk pembahasan yang lebih serius, rapat dilakukan secara langsung agar proses komunikasi berjalan efektif dan menghindari miskomunikasi. Sementara itu, komunikasi tidak langsung di IKASTAM menggunakan dua media sosial, yaitu WhatsApp dan Facebook, yang berfungsi sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dengan cepat kepada anggota, baik berupa informasi terkait kegiatan atau dokumentasi acara.

Pohan & Fitria (2021) menjelaskan bahwa komunikasi dapat dibedakan menjadi dua jenis:

- Komunikasi langsung, yaitu proses komunikasi yang dilakukan tanpa perantara, di mana pesan disampaikan langsung antara pengirim dan penerima tanpa menggunakan media komunikasi lain atau pihak ketiga.
- Komunikasi tidak langsung, yaitu komunikasi yang memanfaatkan perantara, baik itu pihak ketiga atau media komunikasi untuk menyampaikan pesan.

Di dalam organisasi IKASTAM, publik yang menjadi sasaran utama kegiatan adalah para alumni SMPN 1 Tambun. IKASTAM menggunakan media sosial untuk memberikan informasi kepada anggotanya, seperti memposting foto dan video kegiatan organisasi. Tujuan dari memposting kegiatan ini adalah untuk menarik perhatian alumni yang belum tergabung dalam organisasi atau untuk mengajak yang sudah bergabung agar lebih aktif. Reaksi yang diterima melalui media sosial tersebut dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah program kegiatan berjalan efektif atau tidak.

Menyampaikan informasi kepada publik melalui media sosial memungkinkan pesan disampaikan dengan lebih cepat dan dapat memicu reaksi atau umpan balik yang penting untuk kelangsungan

tujuan organisasi. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Mia Kurnia Ningsih (2018), yang mengungkapkan bahwa pemberian informasi kepada publik akan mempercepat penyampaian pesan, sehingga dapat menghasilkan reaksi atau umpan balik yang dibutuhkan oleh organisasi.

Dalam IKASTAM, masukan dari anggota dan pengurus sangat dibutuhkan. Masukan ini membantu pengurus mengetahui kekurangan yang ada dalam organisasi, seperti usulan untuk menambahkan tari-tarian tradisional dalam acara. Masukan ini bisa diberikan secara langsung kepada pengurus atau melalui media sosial, dengan tujuan membangun organisasi, bukan untuk menjatuhkan. Komunikasi di IKASTAM bersifat dua arah, di mana baik pengurus maupun anggota bebas menyampaikan pendapat. Selain itu, komunikasi yang ada di IKASTAM bersifat horizontal, tanpa membedakan status antara pengurus dan anggota.

Devito (dalam Pohan & Fitria, 2021) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih dalam mengirim dan menerima pesan, yang dapat terpengaruh oleh gangguan dalam konteks tertentu, dengan pengaruh tertentu dan kesempatan untuk memberikan umpan balik. Evaluasi menjadi aspek penting dalam setiap kegiatan program di IKASTAM. Organisasi ini melakukan dua tahap evaluasi: pertama, sebelum kegiatan dimulai, pengurus mengadakan pertemuan untuk membahas susunan acara dan membagikan informasi terkait agar kegiatan dapat berjalan lancar. Pada tahap ini, komunikasi harus jelas dan dapat dipahami oleh seluruh panitia. Tahap kedua adalah evaluasi setelah kegiatan selesai, di mana pengurus kembali berkumpul untuk membahas kelebihan dan kekurangan program yang telah dilaksanakan. Jika ditemukan kekurangan, solusi akan dicari, dan jika ada kelebihan, hal tersebut akan dikembangkan untuk meningkatkan solidaritas antar anggota serta kenyamanan mereka.

Evaluasi sangat penting untuk mengetahui apakah strategi yang telah diterapkan berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Jika strategi berjalan dengan baik, maka strategi tersebut dapat

diterapkan untuk mengatasi masalah serupa di masa depan. Namun, jika ada kekurangan dalam strategi yang diterapkan, hal tersebut dapat diperbaiki untuk perbaikan di masa mendatang (Sanjono, 2023).

Referensi

- Kusuma, Y. (2021). Pentingnya Strategi Komunikasi dalam Berkomunikasi. *Journal: Sudut Pandang*, 2(5), 1–5.
- Moedasir, A. (2022). *Organisasi adalah: Pengertian, Tujuan, Prinsip, dan Contoh*. Majoo.
<https://majoo.id/solusi/detail/organisasi-adalah>.
- Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). *Jenis Jenis Komunikasi*. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2(3), 29-37.
- Prabawa. (2020). *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh dengan Perilaku Petani Jahe Subak Sarwa Ada Desa Taro (Sutriyani (ed.); Pertama)*. Badung: Nilacakra.
- Siswanti, I. (2022). *Solidaritas Sosial dalam Undhuh-undhuh (Studi terhadap GKJW di Desa Mojowang Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang*. Skripsi, IAIN Kediri.
- Yunus, S. (2014). *Ikatan Alumni, Mengapa Penting?*. Kompasiana.Com.
<https://www.kompasiana.com/syarif1970/552032f0a333118343b65c60/ikatan-alumni-mengapa-penting>.



LAGU TENTANG AYAH DAN ANAK: MAKNA CINTA DALAM LIRIK VIRGOUN

Tegar Wibisono, Sigit Surahman

Kisah Perjalanan Virgoun dalam Musik dan Kehidupan

Virgoun Tambunan, yang lebih dikenal dengan nama Virgoun, adalah seorang penyanyi dan pencipta lagu berbakat asal Indonesia. Lahir di Bekasi pada 26 September 1986, Virgoun merupakan suami dari Inara Idola Rusli. Pada tahun 2006, Virgoun bergabung dengan Dhimza, Todi, dan Ari Ceper untuk membentuk grup musik bernama Last Child. Namun, pada September 2016, Virgoun mengejutkan para penggemarnya dengan keputusan untuk meninggalkan Last Child. Hal ini terjadi setelah ia merilis lagu solo pertamanya, Surat Cinta Untuk Starla, yang ia ciptakan untuk putrinya, Starla Rhea Idola Virgoun, yang lahir pada 20 Mei 2015. Pada 19 September 2017, Virgoun kembali merilis single berjudul Bukti, yang diciptakan untuk mengungkapkan rasa cintanya kepada sang istri, Inara Idola Rusli (Kompasiana, 2023).

Pada tahun 2013, Virgoun menerima nasihat untuk menjadi seorang Muslim. Ia mengungkapkan bahwa proses tersebut dimulai dengan seringnya berdiskusi tentang agama dengan saudara istrinya. Suatu hari, Virgoun menerima tantangan untuk membaca terjemahan Alquran, dan ia mulai membaca halaman demi halaman. Pada halaman kelima, Virgoun mulai memahami isi Alquran, yang semakin membuatnya tertarik untuk mendalami

Islam lebih lanjut. Virgoun terus belajar dan bertanya kepada orang-orang yang ia anggap paham mengenai Islam. Setelah 7 hingga 8 bulan, Virgoun akhirnya memutuskan untuk memeluk agama Islam.

Selanjutnya, pada 2016, Virgoun merilis lagu Surat Cinta Untuk Starla yang meledak di pasaran dan mencatatkan rekor sebagai The First Local Music Video Ever Reached 100MIO+ Views in Indonesia di YouTube. Lagu ini berkisah tentang ketulusan cinta seorang ayah kepada anaknya. Meskipun terdengar seperti lagu cinta, Surat Cinta Untuk Starla sebenarnya adalah persembahan Virgoun untuk putrinya, Starla, sebagai ungkapan kasih sayang seorang ayah (Kompasiana, 2023).

Pada Januari 2023, Virgoun merilis lagu Saat Kau Telah Mengerti, yang hingga saat ini telah ditonton lebih dari 78 juta kali di YouTube. Lagu ini bercerita tentang kasih sayang seorang ayah kepada putri semata wayangnya yang telah tumbuh dewasa. Dalam lagu ini, terdapat sedikit konflik antara ayah dan anak, namun sang ayah memberikan pengertian kepada anak perempuannya melalui cara yang khas. Meskipun kadang tidak disukai oleh sang putri, ketegasan sang ayah selalu dibarengi dengan doa dan harapan untuk anaknya, yang terungkap dalam lirik lagu: "Kau harus kuat, Kau harus hebat, Permata Hatiku."

Lirik lagu Saat Kau Telah Mengerti dapat dianalisis dengan pendekatan semiotika Roland Barthes, yang menjelaskan bahwa mitos adalah sistem komunikasi yang mengandung pesan-pesan tertentu. Menurut Barthes, mitos berkembang dari konotasi yang telah terbentuk dalam masyarakat dan bukan berarti hal-hal yang tidak masuk akal, melainkan gaya bicara yang digunakan seseorang. Dalam lagu ini, salah satu potongan lirik, "Bila bentakan kecilku patahkan hatimu, Lebih keras dari itu, dunia 'kan menghakimimu", menggambarkan kasih sayang orang tua yang ingin menyampaikan pesan kepada anaknya dengan cara yang tegas. Meskipun terkesan keras, lirik ini menggambarkan bagaimana orang tua berusaha melindungi dan mendidik anak-

anak mereka, meski dengan cara yang kadang sulit dipahami oleh anak.

Analisis ini mengaitkan fenomena komunikasi kasih sayang antara orang tua dan anak dalam masyarakat saat ini, di mana sering terjadi kesalahpahaman atau komunikasi yang kurang jelas antara keduanya. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana komunikasi kasih sayang antara orang tua dan anak yang terekspresikan dalam lagu Saat Kau Telah Mengerti dapat diinterpretasikan dalam konteks hubungan orang tua dan anak yang lebih luas.

Pesan Kasih Ayah dalam Lagu Saat Kau Telah Mengerti

Lagu "Saat Kau Telah Mengerti" karya Virgoun mengandung pesan yang dalam tentang kasih sayang seorang ayah kepada anaknya. Dalam lagu ini, Virgoun menyampaikan berbagai perasaan melalui lirik yang menggambarkan hubungan antara orang tua dan anak, serta bagaimana orang tua berusaha mendidik anak mereka dengan cara yang penuh kasih sayang, meskipun terkadang terkesan keras atau tegas.

Pada bait pertama, Virgoun menyampaikan bahwa ia ingin anaknya mendengarkan lagu ini di masa depan ketika ia sudah tidak lagi ada di sampingnya. Virgoun berharap anaknya akan mengerti mengapa ia terkadang terlihat menyebalkan di mata anaknya. Lirik ini menggambarkan kenyataan bahwa setiap orang tua akan menghadapi waktu ketika mereka tidak lagi bersama anaknya secara fisik, tetapi pesan kasih sayang mereka tetap ada. Virgoun berharap anaknya bisa memahami sikap dan tindakan orang tua mereka di masa depan.

Bait kedua berbicara tentang perjuangan hidup yang akan dialami anaknya saat tumbuh dewasa. Virgoun menyampaikan bahwa meskipun anaknya akan menghadapi banyak tantangan dan kesulitan, ia akan selalu ada sebagai tempat pulang yang aman dan penuh kasih. Ini mencerminkan peran orang tua sebagai pendukung utama bagi anak-anak mereka dalam menghadapi kerasnya dunia.

Pada bait ketiga, Virgoun merenungkan bahwa suatu saat nanti anaknya akan menjadi orang tua, dan ia berharap anaknya juga akan merasakan kebahagiaan yang sama seperti yang ia inginkan untuk anaknya. Pesan ini menunjukkan bahwa kasih sayang orang tua tidak hanya terbatas pada masa kecil anak, tetapi juga berlanjut hingga mereka menjadi orang tua dan meneruskan kasih sayang tersebut ke generasi berikutnya.

Bait keempat menyoroti cara orang tua mendidik anak, meskipun kadang dengan cara yang tegas dan keras. Virgoun menyampaikan bahwa meskipun tindakan orang tua bisa membuat anak merasa terluka, dunia di luar sana akan lebih keras dan penuh tantangan. Melalui lirik ini, Virgoun mengingatkan anaknya untuk selalu kuat dan hebat, karena dunia akan menguji mereka lebih keras lagi. Ketegasan orang tua, meskipun terkadang menyakitkan, adalah bentuk kasih sayang yang bertujuan untuk mempersiapkan anak menghadapi dunia luar.

Pada bait kelima, Virgoun berbicara tentang saat anaknya harus menentukan jalan hidupnya sendiri. Meskipun keputusan anak mungkin tidak selalu sejalan dengan harapan orang tua, Virgoun berharap anaknya tetap menjadi dirinya sendiri dan mengikuti hati nuraninya. Ini menunjukkan pengertian orang tua bahwa meskipun mereka memiliki harapan tertentu, anak tetap harus memiliki kebebasan untuk memilih jalannya sendiri.

Bait keenam menggambarkan peran orang tua dalam membimbing anak. Virgoun mengibaratkan dirinya dan istrinya sebagai tangan yang menulis puisi indah, dengan anak mereka sebagai puisi itu sendiri. Lirik ini menunjukkan betapa berharganya anak bagi orang tua mereka, yang berharap belaian kasih mereka dapat melunakkan hati anak dan memberikan kedamaian dalam perjalanan hidupnya.

Bait ketujuh adalah harapan terakhir Virgoun untuk anaknya, bahwa ia ingin anaknya menjadi pribadi yang megah, indah, kuat, dan hebat. Lirik ini menunjukkan bahwa orang tua selalu memiliki harapan terbaik untuk anak mereka, agar anak bisa menghadapi

dunia dengan kekuatan dan kebijaksanaan, serta menjadi pribadi yang menginspirasi banyak orang.

Secara keseluruhan, lagu "Saat Kau Telah Mengerti" adalah ungkapan kasih sayang seorang ayah yang mendalam, yang menyampaikan pesan bahwa meskipun orang tua terkadang harus tegas dan keras, itu semua dilakukan demi kebaikan anak mereka di masa depan. Lagu ini mengajarkan kita tentang pentingnya pengertian dan komunikasi dalam hubungan antara orang tua dan anak.

Mitos dan Realitas Kasih Sayang dalam Lagu Saat Kau Telah Mengerti

Lagu "Saat Kau Telah Mengerti" yang dipopulerkan oleh Virgoun menyampaikan pesan seorang ayah kepada anak-anaknya. Lirik lagu ini mengungkapkan makna mendalam tentang kasih sayang orang tua dan hubungan yang terjalin antara orang tua dan anak. Dalam lagu tersebut, terdapat berbagai tanda yang menggambarkan bentuk kasih sayang, yang juga berhubungan dengan mitos atau pandangan budaya yang berkembang di masyarakat.

Lagu ini menggambarkan bagaimana orang tua ingin menyampaikan pesan kepada anaknya, dengan harapan anak-anak mereka akan memahami dan menghargai sikap serta tindakan yang dilakukan, meskipun kadang terkesan keras atau sulit dimengerti. Makna kasih sayang yang terkandung dalam lirik lagu ini dapat dipahami dengan mempertimbangkan konteks dan situasi dalam lagu tersebut. Setiap ungkapan kasih sayang tentu dapat berbeda, tergantung pada budaya dan konteks sosial yang ada.

Teori semiotika Roland Barthes dapat membantu untuk memahami makna yang terkandung dalam lagu ini, dengan membagi makna menjadi tiga kategori: denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi merujuk pada makna literal atau harfiah yang diungkapkan oleh lirik, sementara konotasi berkaitan dengan

makna yang lebih dalam yang melibatkan perasaan atau emosi. Mitos, di sisi lain, merujuk pada cara budaya memahami dan menjelaskan fenomena kehidupan dan realitas, yang sering kali terwujud dalam simbol atau cerita.

Makna kasih sayang yang diungkapkan dalam lagu ini juga selaras dengan pemahaman tentang kasih sayang secara umum. Menurut Muhammad (2011), kasih sayang adalah ekspresi emosi yang ditunjukkan melalui tindakan dalam kehidupan sehari-hari, yang dapat berupa kata-kata, ucapan, tulisan, gerakan, dan berbagai media lainnya. Kasih sayang orang tua kepada anak, seperti yang digambarkan dalam lagu ini, melibatkan berbagai bentuk ekspresi yang menyampaikan harapan, perhatian, dan keinginan untuk melihat anak-anak mereka tumbuh menjadi individu yang kuat dan bahagia.

Lagu ini, dengan liriknya yang puitis dan penuh makna, menggambarkan betapa besar cinta seorang ayah kepada anaknya, serta bagaimana orang tua berharap anak mereka suatu hari akan mengerti dan menghargai semua usaha dan pengorbanan yang telah dilakukan untuk kebaikan mereka.

Referensi

- Barthes, R. (2012). *Elemen-elemen Semiologi*. Jelasutra.
- Djohan. (2009). *Psikologi Musik*. Yogyakarta: Best Publisher.
- Sobur, A. (2017). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sumartono. (2004). *Komunikasi Kasih Sayang : Kasih Sayang Adalah Solusi atau Pilihan Yang Bijak dalam Menghadapi Setiap Masalah*. Jakarta: Gramedia.



MENULIS UNTUK MENYEMBUHKAN: CERITA PARA JOURNALERS DI BALIK AKTIVITAS JOURNALING

Zulfa Hanifa Muslimah, Titis Nurwulan Suciati

Sejarah dan Manfaat *Journaling*

Dahulu, para cendekiawan Tiongkok menggunakan "buku bantal" untuk mencatat aktivitas harian dan pemikiran mereka tentang kehidupan. Tradisi ini berkembang di Eropa selama masa Renaisans, di mana jurnal menjadi populer di kalangan intelektual untuk merekam pengalaman dan temuan mereka. Pada awalnya, jurnal sering berisi kisah pribadi, pengamatan ilmiah, serta refleksi filosofis (Karlon, 2023).

Orang-orang menulis jurnal dengan berbagai tujuan, seperti mengabadikan kenangan, meningkatkan kemampuan menulis, membangun disiplin, mengubah kebiasaan buruk, hingga menemukan hal-hal baru. Secara umum, menulis jurnal memberikan ruang untuk mengembangkan pemikiran dan menyelami diri sendiri (Marcha Nurriyana & Ina Savira, 2021). Pada masa kini, *journaling* sering disamakan dengan menulis buku harian, meskipun tujuan dan pendekatannya berbeda. *Journaling* lebih berfokus pada kesadaran diri, merefleksikan apa yang dirasakan dan dipikirkan melalui tulisan (Dwitami & Kusumalestari, 2023).

Journaling adalah kegiatan menuangkan pikiran, ide, dan perasaan ke dalam bentuk tulisan atau gambar (Sinaga Br Giovani, 2022). Dengan *journaling*, seseorang dapat berkomunikasi dengan dirinya sendiri, yang dikenal sebagai komunikasi intrapersonal. Komunikasi ini melibatkan imajinasi, refleksi, dan pengendalian diri, membantu meningkatkan kreativitas, pemahaman, serta kedewasaan berpikir sebelum mengambil keputusan. Selain itu, komunikasi intrapersonal membantu individu tetap sadar terhadap apa yang terjadi di sekitarnya (Kustiawan et al., 2022).

Melakukan *journaling* selama 15–20 menit sehari ternyata memiliki manfaat kesehatan, seperti menurunkan tekanan darah dan meningkatkan fungsi hati, terutama jika dilakukan secara rutin selama empat bulan (Anggraini, 2022). Selain itu, *journaling* juga dipercaya dapat membantu mengatasi masalah pribadi, mengurangi pikiran yang tidak penting, meningkatkan daya ingat, memperbaiki suasana hati, memahami diri sendiri, dan mencapai tujuan hidup (Nissa Imamun, 2022).

Bagi para *journalers*, *journaling* menjadi cara untuk mengekspresikan perasaan, baik rasa sedih, bahagia, maupun kecewa. Aktivitas ini memberikan efek menenangkan, membantu menghadapi deadline dengan lebih terorganisir, serta menjadi wadah untuk healing dan mengekspresikan kreativitas. *Journaling* juga mendorong hidup lebih konsisten, memberikan perspektif baru, afirmasi positif, serta menjadi sarana untuk melepas emosi yang membebani. Dengan *journaling*, seseorang dapat merasakan manfaat katarsis yang membantu mereka *recharge* energi.

Dalam prosesnya, *journaling* menggunakan bahasa dan simbol untuk mengungkapkan pengalaman dan perasaan. Kata, kalimat, atau gambar dalam jurnal menciptakan makna yang unik bagi penulisnya. Proses ini membentuk dan memperkuat identitas diri, memungkinkan individu memahami siapa mereka melalui narasi pribadi yang mereka bangun. Refleksi melalui *journaling* membantu seseorang memahami posisi mereka dalam konteks sosial.

Makna dalam *journaling* adalah hal yang subjektif dan dapat dipahami dalam berbagai cara. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), makna merujuk pada arti atau maksud tertentu. Sementara itu, Palmer menyatakan bahwa makna terkait dengan intrabahasa, sedangkan Lyons menegaskan bahwa memahami makna melibatkan analisis hubungan antar kata (Djajasudarma, 2009). Proses ini menggambarkan interaksi simbolik antara penulis dan simbol-simbol yang mereka gunakan, membantu penulis memahami diri mereka lebih dalam.

Realitas Journaling

Journalers adalah sebutan bagi pecinta *journaling*, yang berasal dari istilah *journal lovers*. *Journaling* sendiri merupakan aktivitas mencurahkan pikiran, ide, dan perasaan yang dirasakan dalam kehidupan sehari-hari ke dalam bentuk tulisan atau gambar (Sinaga Br Giovani, 2022). Aktivitas ini bukan sekadar hobi, melainkan memiliki manfaat kesehatan. Dengan meluangkan waktu sekitar 15 hingga 20 menit sehari untuk *journaling*, seseorang dapat menurunkan tekanan darah dan meningkatkan fungsi hati, terutama jika dilakukan secara rutin selama empat bulan (Anggraini, 2022). Selain itu, *journaling* juga membantu mengatasi permasalahan pribadi dan mengalihkan perhatian dari pikiran-pikiran yang tidak penting (Nissa Imamun, 2022).

Journaling tidak terbatas pada menulis saja; seni dan menggambar juga bisa menjadi bagian dari kegiatan ini. Menggabungkan *journaling* dengan seni tidak hanya menambah keindahan jurnal, tetapi juga memberikan manfaat untuk kesehatan mental, seperti mengurangi stres dan menenangkan pikiran (Pizarro, 2004). Melalui gambar, seseorang bisa mencurahkan berbagai emosi, mengeksplorasi diri, dan mengatasi gangguan mental. Selain membantu menenangkan pikiran, *journaling* juga menjadi sarana untuk lebih memahami diri sendiri dan hubungan dengan orang lain (Haertl Lynn & Phillips-Ero, 2019).

Proses *journaling* melibatkan penggunaan bahasa dan simbol untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan pengalaman. Setiap kata, gambar, atau simbol dalam jurnal memiliki makna pribadi bagi penulisnya. Melalui refleksi ini, *journalers* dapat memahami diri mereka lebih dalam, memberi arti pada pengalaman hidup, dan membangun narasi pribadi yang membantu mereka melihat makna kehidupan dari perspektif yang baru.

Menghubungkan Diri dan Masyarakat Lewat *Journaling*

Journaling bukan hanya sekadar kegiatan menulis, tetapi juga proses refleksi diri yang mendalam. Dengan mencurahkan pikiran, perasaan, dan pengalaman ke dalam tulisan atau simbol, seseorang dapat lebih memahami diri mereka sendiri dan menciptakan makna dari setiap kejadian yang dialami. Proses ini dapat dijelaskan melalui teori interaksi simbolik, yang mengacu pada hubungan antara pikiran, diri, dan masyarakat dalam membangun identitas individu (Nashrillah, 2017).

1. *Mind*: Menyusun Pikiran dan Emosi

Pikiran adalah elemen penting dalam *journaling*. Saat menulis, seseorang sering berdialog dengan dirinya sendiri, baik untuk merencanakan aktivitas maupun mengevaluasi perasaan yang dirasakan. *Journaling* menjadi ruang untuk menyusun pikiran, menenangkan emosi, dan memotivasi diri. Banyak orang merasa bahwa kebiasaan menulis ini membantu mereka menjadi lebih terstruktur, tenang, dan terarah dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Selain itu, *journaling* sering kali menjadi alat untuk berdamai dengan diri sendiri. Dalam proses ini, seseorang dapat mengatasi keraguan, menemukan solusi atas masalah pribadi, dan belajar menerima diri apa adanya. Aktivitas ini juga membantu seseorang mengenali tujuan hidup mereka, serta membuang pikiran negatif yang menghambat pertumbuhan pribadi.

2. *Self*: Mengenal dan Membentuk Diri

Melalui *journaling*, seseorang dapat memandang dirinya dari sudut pandang baru, baik sebagai refleksi dari pengalaman pribadi

maupun tanggapan dari lingkungan sosial. Dengan menulis, mereka lebih mampu mengevaluasi diri, mengatasi kebiasaan buruk, dan memperkuat karakter positif. *Journaling* juga memungkinkan seseorang untuk lebih ekspresif, bahkan jika sebelumnya mereka dikenal sebagai pribadi yang tertutup atau sulit berbicara. Banyak orang merasakan perubahan positif setelah menjadikan *journaling* sebagai kebiasaan. Mereka menjadi lebih terbuka terhadap orang lain, lebih percaya diri, dan lebih peduli pada diri mereka sendiri. Selain itu, *journaling* membantu mereka melepaskan tekanan sosial dan menemukan cara yang sehat untuk mengekspresikan perasaan, seperti melalui seni atau tulisan kreatif.

3. Society: Interaksi dengan Lingkungan

Journaling juga berfungsi sebagai media untuk memahami peran seseorang dalam masyarakat. Melalui refleksi tulisan, seseorang dapat mengevaluasi hubungan sosial mereka, mencari solusi untuk konflik, dan meningkatkan kemampuan berkomunikasi. Misalnya, beberapa orang menggunakan *journaling* untuk mengelola emosi dalam situasi sulit, seperti konflik dengan teman atau keluarga, sehingga mereka lebih mudah menemukan jalan keluar tanpa memicu konflik baru. Bagi sebagian orang, *journaling* juga menjadi sarana untuk belajar dari pengalaman orang lain. Melalui kelas-kelas atau komunitas yang membahas *journaling*, mereka mendapatkan panduan untuk memaksimalkan manfaat *journaling* dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas ini tidak hanya memperkaya pengalaman pribadi, tetapi juga membangun koneksi dengan orang-orang yang memiliki minat serupa.

Journaling bukan sekadar hobi, tetapi juga cara untuk memperkuat diri, memperbaiki hubungan sosial, dan menata kehidupan. Proses ini membantu seseorang untuk lebih memahami siapa mereka, apa yang mereka inginkan, dan bagaimana mereka dapat bertindak lebih baik di tengah masyarakat. Dengan menjadikan *journaling* sebagai bagian dari rutinitas, seseorang

dapat terus berkembang, meraih ketenangan batin, dan menghadapi tantangan hidup dengan lebih percaya diri.

Menemukan Harmoni Diri Lewat *Journaling*

Journaling adalah aktivitas yang telah menjadi medium ekspresi diri bagi banyak orang. Melalui *journaling*, seseorang dapat menyalurkan berbagai emosi seperti kesedihan, kebahagiaan, kekecewaan, dan bahkan kegembiraan. Selain sebagai sarana menenangkan diri, *journaling* juga memungkinkan individu untuk mengasah kreativitas, meningkatkan semangat dalam menjalani aktivitas harian, serta menjadi bentuk *self-love* yang menyehatkan. Aktivitas ini menawarkan ruang untuk berbagi dan menuangkan emosi tanpa khawatir terhadap penilaian orang lain. Saat seseorang menuliskan pengalaman atau menggambar sesuatu di jurnal mereka, perasaan lega sering kali muncul. *Journaling* juga membantu seseorang memahami dirinya lebih dalam. Terlebih ketika dikombinasikan dengan seni, seperti menggambar, *journaling* dapat menjadi cara efektif untuk meredakan emosi.

Banyak orang merasa bahwa *journaling* membawa perubahan besar dalam hidup mereka. Sebelum rutin melakukan *journaling*, seseorang yang cenderung tertutup dan sulit berbagi masalah dengan orang lain sering kali merasa terjebak dalam stres dan kecenderungan menyalahkan diri sendiri. Namun, setelah menjadikan *journaling* sebagai kebiasaan, mereka menjadi lebih terbuka, baik kepada diri sendiri maupun kepada orang lain. *Journaling* membantu mereka mengontrol emosi, menjadi lebih teratur, dan lebih tenang dalam menghadapi tantangan.

Selain itu, *journaling* memberikan ruang untuk bermonolog dan berefleksi. Seseorang dapat berbicara dengan dirinya sendiri melalui tulisan, mengenali kelebihan dan kelemahan, serta menemukan cara untuk lebih fokus pada tujuan hidup. *Journaling* juga membantu mereka menciptakan rutinitas yang sehat, seperti memulai hari dengan rencana dan mengakhirinya dengan evaluasi. Kegiatan ini menjadi alat introspeksi yang membuat mereka lebih

sadar akan siapa diri mereka dan bagaimana mereka ingin menjalani hidup.

Dalam konteks teori interaksi simbolik yang diusulkan oleh Mead, *journaling* adalah proses yang melibatkan dua aspek diri: *I* dan *Me*. *I* merepresentasikan sisi spontan dan kreatif, di mana seseorang menulis tanpa filter atau penilaian. Di sisi lain, *Me* adalah refleksi dari norma dan interaksi sosial yang diinternalisasi. Ketika seseorang menulis secara bebas, *I* bekerja. Namun, saat tulisan itu dibaca ulang, *Me* berperan untuk mengevaluasi dan memahami tulisan tersebut dalam konteks sosial. Dengan demikian, *journaling* tidak hanya sekadar kegiatan menulis, tetapi juga sebuah proses introspeksi yang mendalam. Ini membantu seseorang menyeimbangkan sisi kreatif dan normatif mereka, sehingga mendukung perkembangan identitas yang lebih utuh. Proses ini juga memungkinkan seseorang untuk membangun makna dan identitas berdasarkan pengalaman pribadi dan perspektif sosial.

Selain sebagai alat introspeksi, *journaling* juga menjadi wadah kreatif. Banyak orang menemukan bahwa menambahkan gambar atau desain artistik dalam jurnal mereka memberikan efek relaksasi. Seni ini tidak hanya membantu meredakan emosi tetapi juga menjadi cara untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan autentik. Beberapa orang bahkan mengikuti kelas atau komunitas *journaling* untuk memperdalam keterampilan ini, seperti kelas daring yang diadakan oleh akun media sosial tertentu. Aktivitas seperti ini membantu mereka membuat jurnal lebih terarah dan memaksimalkan manfaatnya untuk kesehatan mental dan pengelolaan emosi.

Journaling adalah aktivitas yang kaya manfaat, mulai dari menenangkan pikiran, membantu mengenali diri sendiri, hingga meningkatkan keterampilan dalam hidup. Dengan menjadikannya kebiasaan, seseorang dapat menemukan cara yang sehat untuk menghadapi emosi, meningkatkan kreativitas, dan menumbuhkan rasa cinta pada diri sendiri. Pada akhirnya, *journaling* adalah proses komunikasi intrapersonal yang membantu seseorang

memahami perasaan, pengalaman, dan perannya di dunia ini, menciptakan harmoni antara diri yang spontan dan refleksi sosial.

Referensi

- Anggraini, A. P. (2022). *Kenali, Manfaat Journaling untuk Kesehatan Mental*. Retrieved by 21 July 2022, from <https://health.kompas.com/read/2022/07/21/120000368/kenali-manfaat-journaling-untuk-kesehatan-mental?page=all>.
- Djasjudarma, F. (2009). *Semantik: Makna Leksikal dan Gramatikal*. Bandung: Refika Aditama.
- Dwitami, T. H., & Kusumalestari, R. R. (2023). Makna Journaling bagi Generasi Z. *Bandung Conference Series: Journalism*, 3(2), 188-194.
- Haertl Lynn, K., & Phillips-Ero, M. A. (2019). The Healing Properties of Writing for Persons with Mental Health Conditions. *An International Journal for Research, Policy and Practice*, 11(1), 15-25.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Departemen Pendidikan Nasional*. (2008). KBBI. Jakarta: Balai Pustaka.
- Karlon. (2023, June). *History Of Journaling*. <https://vocal.media/journal/history-of-journaling>.
- Kustiawan, W., et al. (2022). Komunikasi Intrapersonal. *Journal Analytica Islamica*, 11(1).
- Marcha Nurriyana, A., & Ina Savira, S. (2021). Mengatasi Kehilangan Akibat Kematian Orang Tua : Studi Fenomenologi Self-Healing Pada Remaja. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8.
- Nissa Imamun, R. S. (2022). *5 Manfaat zabs Journaling untuk Kesehatan Mental, Salurkan Luapan Emosi*. Retrieved in July 23, from <https://www.suara.com/lifestyle/2022/07/23/074510/5-manfaat-journaling-untuk-kesehatan-mental-salurkan-luapan-emosi>.
- Pizarro, J. (2004). The Efficacy of Art and Writing Therapy: Increasing Positive Mental Health Outcomes and Participant

- Retention After Exposure to Traumatic Experience. *Art Therapy*, 21(1), 5–12.
- Sinaga Br Giovani, F. A. (2022, December 21). *Journaling Baik Bagi Kesehatan Mental?*.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknsl-sidempuan/baca-artikel/15754/Journaling-Baik-Bagi-Kesehatan-Mental.html>.
- Upe, A. (2019). *Tradisi Aliran dalam Sosiologi Dari Filosofi Positivistik Ke Post Positivistik*. Padang: Raja Grafindo Persada.
- Wirawan, I. B. (2012). *Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma : (Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.



DAKWAH YANG MENGALIR HANGAT: POLA KOMUNIKASI HABIB ALWI DI MAJELIS AL-MUNAWWIR

Dhimas Aditya Pratama, Saeful Mujab

Peran Majelis Taklim dalam Pendidikan Islam

Majelis Taklim merupakan wadah pendidikan Islam yang bertujuan menyebarkan nilai-nilai Islam agar tertanam kuat dalam diri setiap individu. Selain itu, Majelis Taklim juga berperan membentuk karakter yang mencerminkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai sarana dakwah, Majelis Taklim menjadi alat penting dalam meningkatkan kualitas kehidupan umat Islam sesuai dengan tuntunan agama (Nuraisyah et al., 2021).

Dakwah sendiri memiliki tujuan utama untuk menyadarkan manusia akan kebenaran Islam dan mendorong mereka mengamalkan ajarannya. Dakwah tidak hanya menjadi metode pengajaran agama, tetapi juga upaya membentuk generasi muda yang memiliki dedikasi tinggi terhadap Islam. Untuk mencapai tujuan tersebut, komunikasi dalam dakwah harus dilakukan dengan bijak dan penuh hikmah. Setiap kata yang disampaikan melalui dakwah memiliki makna mendalam dan berperan penting dalam membangun kehidupan yang sesuai dengan ajaran Islam (Parhan et al., 2022).

Dakwah juga dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti peningkatan konsistensi dalam melaksanakan shalat, bertambahnya partisipasi dalam kegiatan keagamaan, menurunnya angka kemaksiatan, hingga meningkatnya keamanan dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, dampaknya juga terlihat dari meningkatnya kejujuran dan kepedulian sosial di tengah masyarakat (Mokodompit, 2022).

Sebagai bagian integral dari kehidupan manusia, komunikasi dalam dakwah harus mencerminkan nilai-nilai Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Komunikasi ini mencakup penyampaian informasi dengan akhlak mulia, yang tidak hanya bermanfaat bagi individu tetapi juga membawa dampak positif bagi lingkungan sekitarnya. Dengan cara ini, dakwah berfungsi sebagai medium untuk menyebarkan ajaran Islam sekaligus membangun interaksi sosial yang harmonis (Harahap, 2018).

Di Indonesia, Majelis Taklim memiliki peran penting sebagai komunitas yang menyebarkan ilmu agama dan memperdalam pemahaman tentang Islam. Setiap majelis memiliki pendekatan unik dalam berdakwah, namun esensinya tetap berakar pada ajaran Islam yang mendidik dan mencerahkan. Kehadiran majelis seperti Al-Munawwir menjadi salah satu contoh nyata bagaimana komunitas ini dapat memperkuat nilai-nilai agama dalam masyarakat.

Pola Komunikasi Dakwah Al-Habib Alwi Bin Muhammad Al-Athos

Dakwah Al-Habib Alwi Bin Muhammad Al-Athos dikenal sangat efektif dalam menyampaikan pesan agama. Beliau menggunakan pendekatan komunikasi yang langsung, jelas, dan relevan dengan isu-isu kehidupan sehari-hari, sehingga pesannya mudah dipahami oleh berbagai kalangan, terutama anak muda. Dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, dakwahnya menjadi lebih relatable dan aplikatif bagi jamaah.

Selain melalui interaksi langsung, Al-Habib Alwi memanfaatkan media sosial secara optimal untuk memperluas jangkauan dakwahnya. Platform digital memungkinkan dakwahnya diakses oleh audiens yang tidak dapat hadir secara langsung, menjadikan pesannya lebih inklusif dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman beliau terhadap kebutuhan komunikasi modern.

Dalam menyampaikan pesan dakwah, Al-Habib Alwi mengombinasikan berbagai metode komunikasi. Komunikasi primer digunakan melalui ceramah tatap muka dan sesi tanya jawab di majelis rutin. Komunikasi sekunder diwujudkan melalui penggunaan media sosial dan platform digital lainnya, memungkinkan pesan dakwah tersebar lebih luas.

Dakwah beliau juga mencerminkan struktur komunikasi linear dengan penyampaian yang terarah dan terorganisasi, memastikan setiap pesan dapat diterima dengan baik oleh jamaah. Sementara itu, komunikasi sirkuler terlihat dalam sesi tanya jawab yang interaktif, memberikan ruang bagi jamaah untuk bertanya dan mendalami materi yang disampaikan. Interaksi ini memperkuat pemahaman jamaah dan mendorong keterlibatan aktif dalam proses dakwah.

Secara keseluruhan, pola komunikasi dakwah Al-Habib Alwi Bin Muhammad Al-Athos mencerminkan kombinasi yang harmonis antara metode tradisional dan modern. Dengan relevansi isu-isu kontemporer, pemanfaatan media digital, dan pendekatan yang interaktif, dakwah beliau memberikan pengaruh signifikan dalam membantu jamaah memahami ajaran Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Komunikasi Dakwah Al-Habib Alwi Bin Muhammad Al-Athos

Dakwah Al-Habib Alwi Bin Muhammad Al-Athos dikenal memiliki komponen-komponen penting yang menjadikannya efektif dan berpengaruh. Materi yang beliau sampaikan berfokus

pada nilai-nilai akhlak dan relevansi ajaran Islam dengan isu-isu kontemporer. Al-Habib Alwi sering menekankan pentingnya akhlak mulia, seperti menghormati orang tua, menyayangi sesama, dan menjaga etika dalam pergaulan. Pendekatan ini membantu jamaah memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam menghadapi tantangan dunia modern yang dinamis.

Selain itu, Al-Habib Alwi mengaitkan ajaran Islam dengan berbagai tantangan sosial yang dihadapi masyarakat, membuat dakwahnya relevan dan mudah dipahami. Pendekatan ini sangat berpengaruh terutama bagi generasi muda, yang sering kali dihadapkan pada persoalan-persoalan unik di era modern.

Dalam menyampaikan dakwahnya, Al-Habib Alwi memanfaatkan media secara optimal, baik media tradisional maupun digital. Ceramah langsung di majelis taklim dan khutbah di masjid tetap menjadi metode utama yang memungkinkan interaksi langsung dengan jamaah. Interaksi ini memperdalam pemahaman jamaah terhadap ajaran Islam dan memberikan pengalaman dakwah yang personal.

Untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, beliau juga aktif menggunakan media sosial. Konten-konten digital seperti video ceramah, kutipan motivasi, dan diskusi isu-isu kontemporer disajikan dengan gaya yang menarik bagi generasi muda yang akrab dengan teknologi. Dengan memadukan media tradisional dan digital, dakwah Al-Habib Alwi menjadi lebih inklusif, relevan, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat.

Pengaruh dakwah beliau terlihat jelas dalam perubahan perilaku dan peningkatan kesadaran beragama di kalangan jamaahnya. Pesan-pesan yang disampaikan, seperti penghormatan terhadap orang tua dan pentingnya menjalankan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, mampu menyentuh hati jamaah. Melalui ceramah yang sederhana namun penuh makna, Al-Habib Alwi mendorong jamaah untuk lebih konsisten dalam menjalankan ajaran agama.

Pendekatan komunikasi yang interaktif, seperti sesi tanya jawab di majelis rutin, memberikan ruang bagi jamaah untuk berpartisipasi aktif. Kesempatan ini tidak hanya memperdalam pemahaman jamaah, tetapi juga mempererat hubungan antara jamaah dan dai. Dengan cara ini, dakwah Al-Habib Alwi tidak hanya berpengaruh secara individu, tetapi juga membantu menciptakan komunitas yang harmonis dan berakhlak baik.

Referensi

- Harahap, A. H. J. (2018). Fungsi-Fungsi Komunikasi Dalam Pandangan Islam. *Almufida*, 3(1), 187-197.
- Mokodompit, N. F. (2022). *Konsep Dakwah Islamiyah. Ahsan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2), 112-123.
- Nuraisyah, F., et al. (2021). Kegiatan Majelis Taklim Rutinan Sebagai Upaya Memakmurkan Masjid Di Rw.03 Kp. Cilalareun. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(68), 10-23.
- Parhan, M., et al. (2022). Analisis Metode Dan Konten Dakwah Yang Diminati Pada Remaja. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 65-75.



HARMONI DALAM RUMAH CAMPURAN: CERITA KOMUNIKASI ORANG TUA TIRI DAN ANAK

Virda Azzahra Priyanto, Truly Wangsalegawa

Membangun Keharmonisan dalam Keluarga Tiri

Keluarga merupakan unit sosial kecil yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak. Komunikasi interpersonal dalam keluarga memiliki tujuan utama untuk menumbuhkan pengertian dan pemahaman antaranggota, sehingga dapat menghindari kesalahpahaman yang berpotensi merusak hubungan keluarga (Dewi & Sudhana, 2013). Keharmonisan dalam keluarga menjadi impian setiap individu, baik bagi pasangan suami istri maupun bagi anak-anak. Namun, berbagai tantangan seperti perceraian atau kehilangan salah satu orang tua karena kematian sering kali memengaruhi dinamika keluarga. Faktor penyebab perceraian dapat beragam, termasuk perselisihan, ekonomi, perzinaan, meninggalkan pasangan, dan kekerasan dalam rumah tangga (Amalia et al., 2018).

Bagi individu yang kembali menikah setelah perceraian atau kehilangan pasangan, fenomena keluarga dengan orang tua tiri menjadi hal yang tak terhindarkan. Kehadiran orang tua tiri dalam keluarga menghadirkan dinamika baru yang memerlukan penyesuaian dari semua pihak. Anak-anak sering kali menghadapi tantangan dalam menerima orang tua tiri, terlebih dengan adanya stigma negatif tentang orang tua tiri yang masih berkembang di masyarakat (Rahmaini, 2021). Persepsi ini, jika tidak dikelola

dengan baik, dapat memperkuat jarak emosional antara anak dan orang tua tiri (Agyta, 2018).

Komunikasi interpersonal berperan penting dalam membangun hubungan yang harmonis antara orang tua tiri dan anak. Pendekatan yang dilakukan oleh orang tua tiri, seperti menunjukkan sikap etika, menghindari kata-kata yang kurang sopan, dan menciptakan suasana yang nyaman, menjadi kunci dalam proses ini (Mufidatu Z. & Sholichatun, 2016). Hubungan harmonis dalam keluarga ditandai oleh komunikasi yang terbuka, saling jujur, menghindari sikap egois, serta mengutamakan kebersamaan (Fadzilah, 2022). Dengan pendekatan yang tepat, seorang anak tetap dapat tumbuh dengan baik dalam lingkungan keluarga yang penuh kasih, meskipun diasuh oleh orang tua tiri (Pratyaksa & Hedi, 2019).

Orang tua tiri juga perlu memahami bahwa anak membutuhkan waktu untuk beradaptasi. Anak remaja, khususnya yang berusia 14–25 tahun, cenderung membutuhkan proses penyesuaian yang lebih lama karena mereka sudah memiliki pola hidup dan nilai-nilai sendiri (Hurlock, 1980). Nilai-nilai yang ditanamkan orang tua tiri, serta cara mereka mendekati anak, berperan besar dalam menentukan seberapa cepat hubungan dapat terjalin dengan baik (Pratyaksa & Hedi, 2019).

Komunikasi interpersonal yang efektif dapat menjadi jembatan untuk menciptakan kedekatan antara orang tua tiri dan anak. Komunikasi ini mencakup interaksi langsung yang melibatkan umpan balik segera, sehingga memungkinkan kedua belah pihak untuk saling mendengarkan, merespons, dan memahami (Setiawan & Azeharie, 2017). Dengan komunikasi yang kondusif, hubungan antara orang tua tiri dan anak dapat berjalan harmonis. Selain itu, komunikasi yang didasarkan pada kepekaan dan keterbukaan dapat menghilangkan ketidaknyamanan yang mungkin muncul dalam keluarga tiri.

Keharmonisan dalam keluarga tidak hanya bergantung pada komunikasi, tetapi juga pada komitmen untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Orang tua tiri yang

berusaha membangun kedekatan dengan anak, baik melalui percakapan sehari-hari maupun interaksi yang penuh makna, dapat menciptakan hubungan yang lebih erat. Dengan saling menerima, terbuka, dan mendukung satu sama lain, keluarga tiri dapat menjalani kehidupan yang harmonis meskipun berasal dari latar belakang yang berbeda.

Komunikasi sebagai Landasan Keharmonisan Keluarga Tiri

Komunikasi interpersonal adalah elemen penting dalam membangun hubungan harmonis dalam keluarga, termasuk antara orang tua tiri dan anak tiri. Komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan keterbukaan, memahami perasaan satu sama lain, dan menghindari konflik. Terlebih, keluarga tiri sering kali menghadapi tantangan penerimaan awal akibat stigma atau perasaan canggung yang muncul dalam hubungan tersebut (Rahmaini, 2021).

Dalam situasi keluarga tiri, komunikasi yang efektif dapat menciptakan keseimbangan informasi antara kedua belah pihak. Joseph A. Devito menyebutkan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal melibatkan beberapa aspek penting: keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Berikut penjelasannya:

1. Keterbukaan

Keterbukaan memungkinkan setiap anggota keluarga untuk berbagi perasaan, pikiran, dan tanggapan terhadap situasi yang dihadapi. Ketika orang tua tiri berinisiatif memulai komunikasi dan membuka diri, anak cenderung merasa lebih nyaman dan bersedia berbagi cerita. Pendekatan terhadap anak laki-laki akibat perceraian biasanya lebih intens karena sifat mereka yang lebih pendiam, sedangkan anak perempuan yang kehilangan orang tua akibat kematian cenderung lebih terbuka.

2. Empati

Empati dalam hubungan keluarga menciptakan rasa nyaman dan saling memahami. Orang tua tiri yang bersikap lembut dan

menghindari kekerasan dapat membantu anak merasa dihargai. Sebaliknya, anak juga diharapkan memahami situasi orang tua dan berusaha membantu dalam keterbatasan mereka.

3. Sikap Mendukung

Memberikan dukungan emosional atau praktis terhadap keputusan dan aktivitas anak adalah bagian penting dari membangun kepercayaan. Orang tua tiri yang meluangkan waktu untuk menemani aktivitas anak menunjukkan bahwa mereka peduli dan hadir dalam kehidupan anak.

4. Sikap Positif

Menggunakan tutur kata yang baik dan nada bicara yang lembut dapat menciptakan suasana yang kondusif. Sikap ini penting untuk menjaga kenyamanan dan mendorong anak agar lebih terbuka dalam berkomunikasi.

5. Kesetaraan

Kesetaraan dalam memenuhi kebutuhan anak serta memperlakukan anak tiri tanpa diskriminasi adalah kunci untuk membangun hubungan yang sehat. Sikap ini menunjukkan bahwa orang tua tiri memberikan perhatian yang sama seperti kepada anak kandung.

Proses menuju hubungan yang harmonis antara orang tua tiri dan anak melewati beberapa tahap. Tahap awal adalah pengenalan, di mana kedua belah pihak saling menyesuaikan diri dan menghindari konflik. Selanjutnya, pada tahap membuka diri, orang tua tiri dan anak mulai berbagi informasi pribadi, baik secara verbal maupun non-verbal. Tahap ini diikuti dengan pembentukan keakraban, di mana komunikasi menjadi lebih intim dan kepercayaan semakin terbangun. Pada akhirnya, hubungan mencapai keterbukaan total, di mana kedua belah pihak saling berbagi informasi pribadi dengan keyakinan penuh.

Hubungan yang baik antara orang tua tiri dan anak memerlukan keterlibatan emosional dan komunikasi yang lancar.

Dalam keluarga yang harmonis, komunikasi interpersonal dapat menciptakan rasa saling percaya, menghindari konflik, dan membangun kedekatan emosional. Sebagaimana diungkapkan oleh Ismayanmar (2016), salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah mengubah perilaku dan sikap seseorang menjadi lebih baik melalui pengalaman bertukar pikiran dan berbagi makna kehidupan.

Komunikasi Interpersonal Orang Tua Tiri dan Anak dalam Mewujudkan Hubungan Harmonis

Keberhasilan mewujudkan hubungan harmonis antara orang tua tiri dan anak tiri sangat dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal yang efektif. Dalam hubungan ini, komunikasi berfungsi untuk membangun pemahaman, menumbuhkan rasa saling percaya, serta menghindari konflik di keluarga. Komunikasi yang terbuka, sikap mendukung, empati, sikap positif, dan kesetaraan adalah faktor-faktor penting dalam mencapai tujuan ini.

Hubungan antara orang tua tiri dan anak tiri dapat terjalin dengan baik apabila ada keterbukaan dan pengungkapan diri antara kedua belah pihak. Keterbukaan memungkinkan kedua pihak untuk saling memahami dan menerima satu sama lain. Hal ini menciptakan komunikasi yang lebih efektif dan interaktif, di mana keduanya dapat saling mengenal karakter masing-masing. Dengan demikian, hubungan menjadi lebih harmonis karena setiap pihak merasa dihargai, diperhatikan, dan saling melengkapi, meskipun tidak ada ikatan darah yang mengikat mereka.

Pentingnya komunikasi yang kondusif dalam hubungan ini adalah agar setiap anggota keluarga dapat saling memahami dan beradaptasi satu sama lain. Dengan komunikasi yang baik, hubungan antara orang tua tiri dan anak tiri dapat berkembang dengan saling menghargai, menumbuhkan rasa kedekatan emosional, dan menciptakan suasana yang mendukung dalam keluarga.

Referensi

- Amalia, R. M., et al. (2018). Ketahanan Keluarga dan Kontribusinya Bagi Penanggulangan Faktor Terjadinya Perceraian. *Jurnal Al Azhar Indonesia Sei Humaniora*, 4(2), 129-135.
- Devito, J. A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia Kuliah Dasar*. Jakarta: Profesional Books.
- Fadzilah, U., A. (2022). *Relasi Ayah dan Anak Tiri Dalam Upaya Mewujudkan Ketahanan Keluarga (Studi Kasus di Desa Kecepit Kecamatan Punggelan Kabupaten Banjarnegara)*. Skripsi, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri.
- Indrawan, Y., & Aprianti, A. (2019). Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dan Anak Tiri Dalam Membangun Kepercayaan Interpersonal. *Communication Between Stepparent and Stepchild in Trust Building*. 6(2), 4848-4860.
- Ismayanmar, R. (2016). *Komunikasi Antara Anak dengan Ayah Tiri dalam Membangun Hubungan*. Skripsi, Universitas Brawijaya.
- Mufidatu Z, F., & Sholichatun, Y. (2016). Penerimaan Diri Remaja yang Memiliki Keluarga Tiri. *Psikoislamika : Jurnal Psikologi dan Psikologi Islam*, 13(1), 29-37.
- Pratyaksa, D., & Hedi, A. (2019). Pengaruh Orang Tua Tiri terhadap Perkembangan Anak.
- Rahmaini, I. S. (2021). Pola Interaksi Anak dengan Ayah Tiri dalam Keluarga Remarriage. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 7(1), 11-23.
- Setiawan, C., & Azeharie, S. (2017). Studi Komunikasi Antarpribadi Anak Dengan Orang Tua Tiri. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 74-80.



MENJEMPUT PULIH: KOMUNIKASI SOSIAL DALAM PEMULIHAN EKS PECANDU JUDI ONLINE

Tryian Darmawan, Hani Astuti

Dampak Perjudian *Online* terhadap Kesehatan Mental

Perkembangan teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia di seluruh dunia, mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, dan menyederhanakan aktivitas sehari-hari. Namun, kemajuan teknologi juga membawa dampak negatif terhadap nilai-nilai sosial dalam masyarakat, yang dapat menimbulkan berbagai masalah sosial. Proses adaptasi terhadap kehidupan sosial yang semakin kompleks menjadi tantangan tersendiri. Kesulitan dalam menerapkan aturan dan penyesuaian dalam lingkungan sosial dapat menyebabkan kebingungan, kecemasan, serta konflik, yang pada akhirnya mengarah pada ketidaktransparanan dan penyembunyian, baik secara eksternal maupun internal (Hari Ramadhan & Nur Wijayani, 2023).

Salah satu dampak negatif yang muncul adalah perilaku individu yang melanggar norma sosial, seperti perjudian *online*. Indonesia, menurut data yang diungkapkan oleh Ismail Fahmi, tercatat sebagai salah satu negara dengan tingkat perjudian *online* yang tinggi. Pada tahun 2023, Indonesia memiliki lebih dari 201.000 pemain aktif judi slot *online*, dengan situs-situs perjudian

yang menyusup ke dalam situs web pemerintah dan pendidikan (PWMU.CO, 2023). Data dari Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) juga menunjukkan adanya peningkatan transaksi judi *online* yang signifikan di Indonesia, dengan lebih dari 157 juta transaksi tercatat antara 2017 hingga 2022 (databoks.katadata.co.id, 2023). Aktivitas perjudian ini menimbulkan kerugian finansial dan dampak psikologis bagi para pelakunya, termasuk peningkatan adiksi yang merusak kesejahteraan mental dan stabilitas keuangan keluarga (Nurhadi et al., 2022).

Perjudian *online* sering dianggap sebagai bentuk hiburan yang melibatkan taruhan finansial dengan harapan mendapatkan keuntungan. Namun, menurut Nurdiana et al. (2023), perjudian sangat bergantung pada faktor keberuntungan, yang dapat menyebabkan kerugian finansial yang besar bagi individu yang tidak beruntung. Penelitian lain oleh Nurhadi et al. (2022) menjelaskan bahwa perjudian tidak hanya merusak kesejahteraan mental tetapi juga dapat memicu perilaku adiktif yang berbahaya, seperti pencurian dan penipuan.

Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal memiliki peran penting dalam pemulihan gangguan mental yang disebabkan oleh perjudian *online*. Komunikasi interpersonal, yang mengedepankan dialog dua arah, memungkinkan respons langsung antara komunikator dan komunikan, sehingga dampak dari pesan yang disampaikan dapat segera diketahui. Dialog ini menciptakan kesempatan untuk memperbaiki kesalahpahaman dan mengurangi dampak negatif pada kesehatan mental (Rosmalina et al., 2018).

Yayasan Jamrud Biru Bekasi, yang didirikan oleh Suhartono pada tahun 2009, merupakan lembaga sosial yang menggunakan pendekatan komunikasi interpersonal dalam mendukung pemulihan individu yang mengalami gangguan kesehatan mental akibat perjudian *online*. Yayasan ini menawarkan berbagai terapi tradisional dan layanan dukungan bagi individu yang mengalami gangguan mental. Komunikasi interpersonal yang efektif antara pekerja sosial dan pasien menjadi kunci dalam membangun

hubungan saling percaya, yang sangat penting dalam proses pemulihan kesehatan mental (Suhartono, 2009).

Menurut keterangan dari ketua yayasan, Pak Ardi, di Yayasan Jamrud Biru terdapat 138 pasien, dengan sebagian di antaranya mengalami gangguan kesehatan mental akibat perjudian *online*. Gangguan yang umum ditemukan pada pasien ini adalah skizofrenia paranoid, yang ditandai dengan delusi dan halusinasi yang mengganggu fungsi kognitif serta sering disertai kecemasan, kemarahan, dan perilaku agresif. Gangguan ini memerlukan penanganan yang intensif, termasuk komunikasi yang efektif antara pasien dan petugas medis, untuk memastikan keberhasilan pemulihan (Budiarti et al., 2017.).

Skizofrenia sendiri adalah gangguan mental yang serius, yang memengaruhi pemikiran, perasaan, dan perilaku seseorang, sering disertai dengan delusi dan halusinasi. Penyebab skizofrenia belum sepenuhnya dipahami, namun faktor genetik dan lingkungan berperan besar dalam perkembangan gangguan ini (Budiarti et al., 2017).

Pendekatan Awal Pekerja Sosial untuk Membantu Pasien

Pekerja sosial, seperti Mas Ramdhan, awalnya berkomunikasi dengan Ajik, seorang pasien dengan gangguan mental, melalui Ibu Putri, ibu kandung Ajik yang merupakan mantan pengguna judi *online*. Dalam tahap awal ini, pekerja sosial menggunakan tahap orientasi untuk berkomunikasi secara interpersonal. Tahap ini adalah awal dari proses interaksi atau intervensi. Tujuan utama dari tahap ini adalah untuk membangun hubungan awal yang baik, mengumpulkan informasi dasar, serta menciptakan suasana yang nyaman dan aman. Pekerja sosial memulai dengan mengenal pasien lebih dekat, dengan bantuan keluarga dekat, mengingat bahwa Ajik masih dalam kondisi sulit diajak berkomunikasi langsung.

Menurut Ibu Putri, perubahan sikap dan perilaku yang terlihat pada Ajik sangat mencolok. Sebagai mantan pengguna judi *online*, Ajik mengalami perubahan drastis setelah diberhentikan

dari pekerjaannya akibat pandemi COVID-19. Ia mulai sering memberikan uang kepada Ibu Putri meskipun pendapatannya menurun drastis setelah memulai usaha dagang kecil. Selain itu, Ajik juga mulai sering berbelanja *online* tanpa henti, menggunakan uang dari hasil dagangannya, dan menunjukkan perilaku emosional yang tidak biasa. Ia menjadi lebih pendiam dan bahkan pernah memukul ayahnya. Awalnya, Ibu Putri mengira perubahan perilaku tersebut disebabkan oleh kecanduan game *online*. Namun, setelah mendapat laporan dari temannya, diketahui bahwa Ajik terlibat dalam perjudian *online*, berhutang, dan diancam akan dilaporkan ke polisi, yang menyebabkan dirinya mengalami depresi.

Dalam hal ini, pekerja sosial menggunakan komunikasi interpersonal sebagai strategi dalam membantu pemulihan gangguan mental Ajik. Dengan memahami simbol dan isyarat dari pasien, pekerja sosial dapat membuat komunikasi interpersonal lebih mudah dimengerti oleh pasien, terutama yang terkena dampak kecanduan judi *online*. Selain itu, pekerja sosial menerapkan komunikasi terapeutik yang mencakup penggunaan bahasa tubuh, terapi kelompok, dan berbagai metode lainnya, di bawah pengawasan psikolog klinis, untuk mendukung pemulihan kesehatan mental pasien.

Eksplorasi Aktif sebagai Tahap Pemulihan Pasien

Mas Ramdhan, seorang pekerja sosial, mulai berinteraksi dengan pasien yang mengalami gangguan mental akibat kecanduan judi *online*. Ia memulai tahap eksplorasi aktif, yang bertujuan untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai hobi, preferensi, dan kondisi pasien, sambil mengevaluasi apakah hubungan tersebut dapat berkembang ke tahap berikutnya. Pada tahap ini, pekerja sosial fokus pada eksplorasi dampak gangguan mental yang disebabkan oleh judi *online*. Mas Ramdhan menggunakan pendekatan yang terbuka dan memberikan contoh sikap positif dan negatif melalui berbagai aktivitas, seperti permainan, nyanyian, dan kegiatan menghibur lainnya, yang dijalankan bersamaan

dengan kegiatan sehari-hari (Activities of Daily Living/ADL). Dengan pendekatan ini, pasien mulai merasa nyaman dan secara perlahan mulai berinteraksi lebih aktif dengan pekerja sosial.

Selain itu, Mas Ramdhan menerapkan konseling berbasis musik sebagai bagian dari upaya pemulihan gangguan mental pasien. Melalui pendekatan ini, pasien diharapkan dapat merespons musik dan mulai terlibat dalam percakapan. Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Mas Ramdhan memiliki pengaruh besar terhadap pemulihan pasien. Dukungan, motivasi, dan evaluasi yang diberikan selama proses pemulihan membantu pasien merasa dihargai dan nyaman saat berinteraksi dengan pekerja sosial.

Ibu Putri, ibu kandung Ajik, yang juga merupakan mantan pengguna judi *online*, merasa bersyukur melihat perkembangan positif pada putranya. Meskipun perubahan signifikan belum sepenuhnya terlihat, setiap kemajuan kecil memberikan harapan dan kebahagiaan bagi Ibu Putri. Ia tetap optimis dan berdoa agar Ajik terus membaik dan akhirnya pulih sepenuhnya dari masa lalunya yang kelam.

Ibu Rosidah, seorang psikolog klinis yang terlibat dalam proses pemulihan, menekankan bahwa komunikasi interpersonal memainkan peran utama dalam mendukung pemulihan pasien. Selain itu, kegiatan rutin seperti ADL yang diterapkan di Yayasan Jamrud Biru juga berkontribusi pada proses pemulihan. Pasien dengan latar belakang perjudian *online* dan kondisi skizofrenia cenderung mengalami halusinasi tinggi, yang membuat mereka sulit untuk berkomunikasi. Oleh karena itu, tahapan khusus dalam konseling dan intervensi terapeutik sangat diperlukan untuk mengoptimalkan proses pemulihan mereka.

Tahap Pertukaran Aktif dalam Pemulihan Gangguan Mental

Mas Ramdhan, seorang pekerja sosial, semakin intens dalam berinteraksi dengan pasien yang mengalami gangguan mental akibat kecanduan judi *online*. Kini, ia memasuki tahap pertukaran aktif, di mana hubungan menjadi lebih intim dan pribadi. Pada

tahap ini, pasien mulai berbagi informasi yang lebih dalam, dan rasa kenyamanan serta komitmen meningkat. Penggunaan ungkapan dan perilaku yang lebih personal menjadi hal yang umum, menciptakan hubungan yang lebih erat. Selama proses pemulihan, Mas Ramdhan memberikan apresiasi, motivasi, serta solusi yang dibutuhkan untuk mendukung pasien. Pasien pun menjadi lebih aktif dan terbuka dalam berkomunikasi, bahkan tidak ragu meminta hadiah sebagai insentif setelah berhasil menyelesaikan tugas-tugas tertentu, yang kemudian dipenuhi oleh pekerja sosial untuk mendukung proses pemulihan.

Dalam proses pemulihan, Mas Ramdhan menghadapi berbagai tantangan, seperti perubahan emosional pasien yang tiba-tiba. Untuk mengatasinya, ia menggunakan berbagai pendekatan, seperti memenuhi permintaan pasien atau memberikan dukungan fisik dengan cara memeluk pasien secara perlahan setelah berbicara dengannya. Pendekatan-pendekatan ini membantu menciptakan lingkungan yang aman dan mendukung bagi pasien dalam perjalanan pemulihannya.

Ibu Ajik, yang juga ibu kandungnya, memberikan dukungan yang sangat berarti bagi putranya dengan cara menjenguk dan menghabiskan waktu bersama, termasuk mengajaknya makan bersama dengan makanan favoritnya. Tindakan ini tidak hanya menunjukkan komitmen yang konkret dalam mendukung pemulihan Ajik, tetapi juga mempererat ikatan keluarga. Kehadiran dan perhatian keluarga sangat penting dalam membantu Ajik mengatasi gangguan mental yang dialaminya. Dalam hal ini, kebersamaan dengan keluarga bukan hanya memberikan dukungan emosional, tetapi juga memfasilitasi perjalanan pemulihannya secara keseluruhan.

Tahap Stabil dalam Proses Pemulihan Gangguan Mental

Mas Ramdhan, seorang pekerja sosial, melakukan interaksi dengan pasien gangguan mental yang merupakan mantan pengguna judi *online* dan kini memasuki tahap pertukaran stabil, yaitu tahap terakhir dari proses interaksi. Pada tahap ini, hubungan

antara pekerja sosial dan pasien semakin dekat, dengan pertukaran informasi yang lebih mendalam mengenai nilai dan kepercayaan. Hal ini memungkinkan keduanya untuk memprediksi tindakan atau respons masing-masing, menciptakan hubungan yang lebih erat dan saling memahami. Keterbukaan dalam hubungan ini semakin meningkat, dan komunikasi antara pekerja sosial dan pasien pun menjadi lebih normal. Pasien tidak lagi merasa takut untuk berkomunikasi dengan pekerja sosial.

Untuk menjaga stabilitas mental pasien, Mas Ramdhan terus melakukan aktivitas yang memotivasi pemulihan. Setelah pasien mencapai zona hijau, mereka tidak hanya berkomunikasi dengan pekerja sosial, tetapi juga berinteraksi dengan masyarakat sekitar, meskipun tetap dalam pengawasan relawan yayasan.

Ibu Putri, ibu kandung Ajik, melihat perkembangan positif pada putranya setelah menjalani proses pemulihan di Yayasan Jamrud Biru. Meskipun belum sepenuhnya stabil, perilaku Ajik sudah mendekati normal. Saat ini, Ajik sudah berada dalam zona hijau dan diperbolehkan berinteraksi dengan masyarakat sekitar Yayasan, dengan pengawasan dari yayasan untuk memastikan pemulihan yang berkelanjutan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa peran pekerja sosial, seperti Mas Ramdhan, sangat penting dalam pemulihan gangguan mental mantan pengguna judi *online*. Melalui pendekatan yang sistematis, mulai dari tahap orientasi hingga pertukaran stabil, pekerja sosial dapat membangun hubungan yang terbuka dan nyaman dengan pasien. Teknik komunikasi interpersonal, konseling musik, serta aktivitas motivasional terbukti efektif dalam membantu pasien mencapai pemulihan mental.

Selain itu, kolaborasi antara pekerja sosial, psikolog klinis, dan relawan yayasan juga merupakan faktor penting dalam kesuksesan pemulihan. Psikolog klinis berperan dalam memvalidasi asesmen dan memberikan panduan kepada pekerja sosial tentang tindakan yang perlu dilakukan. Mereka menentukan penanganan yang efektif untuk gangguan mental dan jenis

komunikasi yang sesuai, serta menyesuaikan intervensi yang dirancang. Dukungan keluarga dan lingkungan sekitar pasien juga turut berperan penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pemulihan secara menyeluruh. Pendekatan holistik yang melibatkan berbagai aspek kehidupan pasien serta dukungan dari berbagai pihak terbukti menjadi strategi yang efektif dalam menangani gangguan mental, terutama yang disebabkan oleh kecanduan judi *online*.

Referensi

- Budiarti, M., et al. (2017). Intervensi Pekerja Sosial Terhadap Orang dengan Skizofrenia. *Share: Social Work Jurnal*, 7(2), 1-79.
- Muhamad, N. (2023). *Tren Judi Online di Indonesia Terus Meningkat, Nilainya Tembus Rp100 T pada 2022*. Diambil kembali dari databoks:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/tren-judi-online-di-indonesia-terus-meningkat-nilainya-tembus-rp100-t-pada-2022>.
- Nurhadi, Z. F., & Achmad W. K. (2022). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 3(1), 91-95.
- Nurfatoni, M. (2023). *Remaja Tersangkut Judi Online, Ini Lima Langkah Mendidik Mereka*. Diambil kembali dari PWMU.CO: <https://pwmu.co/314789/09/06/indonesia-negara-terbanyak-pemain-judi-online/>.
- Ramadhan, R. H., & Qoni'ah N. W. (2023). Perilaku Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Pengguna Judi Online. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 831-835.
- Rosmalina, A., et al. (2018). Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Mewujudkan Kesehatan Mental Seseorang. *Prophetic ngf'pki mjk: Professional, Empathy, Islamic Counseling Journal*, 1(1), 49-68.



AYAH ITU PENTING: REPRESENTASI SOSOK BAPAK DI FILM SABTU BERSAMA BAPAK

Adinda Aisyah Wijayanti, Ciwuk Musiana Yudhawasthi

Peran Ayah dalam Keluarga Sabtu Bersama Bapak

Industri perfilman di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Asosiasi Perusahaan Film Indonesia (APFI) pada awal tahun 2020 mengadakan diskusi bertema "Kaum Muda Indonesia dan Perilaku Menonton Film". Dalam diskusi tersebut, ketua APFI menyampaikan bahwa sejak 2016, perfilman Indonesia telah mengalami kemajuan yang signifikan. Survei akhir 2019 menunjukkan bahwa 67 persen kaum muda berusia 15-38 tahun telah menonton film Indonesia dari berbagai genre yang mampu menarik perhatian mereka (Mujani, 2020).

Film adalah salah satu bentuk media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Tidak hanya sebagai karya seni, film juga berfungsi sebagai sarana komunikasi massa yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Film terdiri dari banyak gambar yang digabungkan menjadi satu bingkai dan diproyeksikan ke layar melalui lensa proyektor. Melalui unsur audio dan visual, film dapat menggambarkan berbagai karakter yang dapat mempengaruhi pemikiran penonton, terutama ketika karakter-karakter tersebut relevan dengan kehidupan sehari-hari (Tamam & Fuady, 2021).

Peran adalah posisi atau kedudukan yang dijalankan oleh seseorang, yang mencakup hak dan tanggung jawab yang melekat padanya. Peran juga dapat dipahami sebagai tingkah laku individu yang disesuaikan dengan posisi sosial dalam kelompok sosial tertentu (Rendi, 2022). Dalam konteks keluarga, peran orang tua sangat penting, terutama peran ayah. Ayah dianggap sebagai figur yang memiliki nilai penting dalam keluarga. Sebagai orang tua laki-laki, peran ayah tidak hanya melibatkan tanggung jawab biologis, tetapi juga sebagai pendidik utama dalam keluarga. Kehadiran ayah sebagai pendidik memberi pengaruh besar dalam perkembangan karakter anak. Ayah mengajarkan nilai moral, tanggung jawab, serta bagaimana menghadapi tantangan kehidupan, yang membentuk karakter anak ketika mereka tumbuh dewasa.

Salah satu film yang menggambarkan peran ayah dalam keluarga adalah Sabtu Bersama Bapak. Film ini, yang dirilis pada 5 Juli 2016 dan tayang perdana di Netflix pada 13 Juli 2023, diadaptasi dari novel best-seller karya Adhitya Mulya dan disutradarai oleh Monty Tiwa. Sabtu Bersama Bapak mengisahkan kehidupan Gunawan, yang memiliki seorang istri, Itje, dan dua anak, Satya dan Cakra. Kehidupan keluarga mereka berubah setelah Gunawan didiagnosis hanya memiliki waktu satu tahun lagi untuk hidup. Sebagai solusi, Gunawan membuat rekaman video berisi pesan-pesan nasihat untuk anak-anaknya, yang ditonton bersama setiap Sabtu, untuk memastikan kasih sayangnya tetap hadir meskipun ia sudah tidak ada lagi.

Film ini menggambarkan bagaimana seorang ayah bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan keluarganya dan berfungsi sebagai kepala keluarga yang dapat diandalkan. Representasi peran ayah dalam film ini dapat dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, yang memfokuskan pada makna yang disampaikan melalui tanda-tanda dalam adegan dan dialog di film. Konsep denotasi, konotasi, dan mitos dalam analisis semiotika dapat membantu memahami bagaimana peran ayah digambarkan dalam konteks keluarga, serta

bagaimana pesan-pesan yang disampaikan oleh ayah tetap relevan dalam membimbing anak-anaknya meskipun ia sudah tidak ada lagi.

Menggali Makna Peran Ayah dalam Sabtu Bersama Bapak

Film Sabtu Bersama Bapak menggambarkan berbagai peran ayah dalam keluarga, terutama dalam mendidik dan memberikan nilai-nilai penting kepada anak-anaknya. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, kita bisa menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam setiap adegan yang melibatkan peran ayah. Analisis ini berfokus pada interaksi ayah dengan anak-anak dan istri, yang memperlihatkan bagaimana meskipun ada keterbatasan waktu bersama, seorang ayah tetap memiliki peran yang signifikan dalam membentuk keluarga yang harmonis.

Salah satu adegan yang menggambarkan peran ayah adalah ketika Gunawan memberi nasihat kepada anak-anaknya. Dalam adegan ini, Gunawan mengingatkan Satya dan Cakra untuk tidak marah kepada siapapun jika dirinya harus pergi. Makna denotatif dari adegan ini adalah Gunawan memberi pengertian kepada anak-anaknya agar mereka tidak terbawa emosi dan bisa menerima kenyataan dengan lapang dada. Secara konotatif, adegan ini menunjukkan seorang ayah yang berusaha memberikan bimbingan moral yang berguna bagi anak-anaknya. Mitos yang terbentuk adalah bahwa seorang ayah adalah figur yang memberi nasehat bijak, menjadi sumber kebijaksanaan dalam kehidupan keluarga.

Pada adegan lain, Gunawan menyiapkan pesan video untuk anak-anaknya, di mana ia berpesan agar mereka belajar dengan rajin dan tidak melupakan ibunya. Denotasinya adalah Gunawan berusaha memberi motivasi meski tidak bisa hadir secara fisik, sementara konotasinya menunjukkan bahwa seorang ayah tetap memiliki tanggung jawab moral untuk mendidik anak-anak, bahkan jika ia tidak bisa selalu bersama mereka. Mitos yang muncul adalah peran ayah sebagai contoh yang mengajarkan nilai-nilai

penting dalam hidup meskipun jarang berada di dekat anak-anaknya.

Gunawan juga mengajarkan pentingnya perencanaan hidup dan harga diri kepada anak-anaknya. Dalam beberapa adegan, ia berbicara dengan istrinya dan memberi pesan tentang bagaimana anak-anak harus menjaga ibu mereka serta merencanakan masa depan dengan matang. Denotasinya menunjukkan Gunawan sebagai sosok ayah yang penuh perhatian, yang merencanakan masa depan keluarga meskipun dalam keterbatasan waktu yang dimilikinya. Konotasinya mengungkapkan betapa pentingnya peran ayah dalam memberikan arah hidup kepada anak-anak dan pasangan. Mitos yang muncul adalah bahwa ayah adalah pelindung keluarga yang mengatur masa depan dan memberi pelajaran hidup yang berguna.

Selain itu, adegan di mana Gunawan mengajarkan anak-anaknya nilai disiplin, seperti saat ia melatih Satya dalam taekwondo, menggambarkan bahwa seorang ayah berperan penting dalam membentuk karakter anak. Melalui kegiatan seperti olahraga, Gunawan mengajarkan nilai-nilai ketahanan fisik dan mental, serta bagaimana disiplin dapat membantu seseorang mencapai tujuan hidup. Denotasi dari adegan ini adalah Gunawan mengajarkan anak-anaknya untuk menjadi disiplin, sementara konotasinya adalah bahwa ayah memegang peranan penting dalam pembentukan karakter anak-anak, terutama dalam hal keuletan dan ketekunan. Mitos yang terbentuk adalah bahwa seorang ayah harus memberikan pelatihan fisik dan mental untuk mempersiapkan anak-anak menghadapi tantangan hidup.

Akhirnya, adegan ketika Satya mengenang pesan-pesan ayahnya menunjukkan betapa kuatnya pengaruh seorang ayah dalam membentuk kehidupan anak-anaknya. Satya berusaha mengikuti nasihat ayahnya tentang pentingnya perencanaan hidup dan harga diri, serta menolak tawaran pekerjaan yang dianggapnya tidak sesuai dengan prinsip yang diajarkan ayahnya. Denotasi dari adegan ini adalah Satya berusaha melanjutkan hidupnya dengan cara yang telah diajarkan ayahnya. Secara konotatif, adegan ini

menunjukkan betapa besar pengaruh seorang ayah dalam membentuk prinsip hidup anak-anaknya, serta nilai-nilai yang diteruskan melalui generasi. Mitos yang terbentuk adalah bahwa ayah adalah sosok yang sangat berpengaruh dalam kehidupan anak, yang memberi contoh dan petunjuk tentang bagaimana menjalani hidup dengan benar.

Secara keseluruhan, film Sabtu Bersama Bapak menggambarkan betapa besar peran ayah dalam keluarga. Dari memberikan nasihat moral, mendidik dengan penuh kasih, hingga menyiapkan masa depan anak-anak, ayah dalam film ini menjadi simbol penting dalam pembentukan karakter dan kehidupan keluarga.

Ayah, Pendidikan, dan Harapan dalam Sabtu Bersama Bapak

Film Sabtu Bersama Bapak menampilkan berbagai peran ayah dalam keluarga, antara lain sebagai pemberi nasihat, pendidik dan teladan, pemberi nafkah, pemberi perhatian, dan teman bermain. Dalam film ini, sosok ayah, yaitu Gunawan, digambarkan sebagai seorang figur yang berusaha bijaksana dan menjadi pemimpin yang baik meski sudah tidak berada di dekat keluarganya. Meskipun hanya dapat memberikan pesan-pesan melalui rekaman video, Gunawan tetap berusaha memberikan arahan yang berguna bagi anak-anaknya.

Salah satu tema utama dalam film ini adalah bagaimana Gunawan mendidik anak-anaknya, Satya dan Cakra. Satya, yang dikenal keras, tegas, dan egois, berusaha untuk mengikuti jejak ayahnya, yang mengajarkan nilai tanggung jawab dan pentingnya merencanakan masa depan. Sementara itu, Cakra, yang lebih pemalu, dipengaruhi oleh pesan-pesan ayahnya yang membuatnya berfokus pada kerja keras dan perencanaan masa depan hingga lupa mencari pasangan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun niat Gunawan adalah memberi teladan yang baik, ia tidak sepenuhnya sadar bahwa harapan-harapan yang ia tanamkan mungkin menjadi beban bagi anak-anaknya, menciptakan kesan

perfeksionis yang membatasi kebebasan mereka untuk berkembang sesuai keinginan pribadi.

Peran ayah dalam masyarakat Indonesia sering kali dilihat sebagai pencari nafkah utama keluarga, dengan pengasuhan anak umumnya dipercayakan kepada ibu. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, peran ayah kini dianggap semakin penting dalam membentuk keharmonisan keluarga. Tidak hanya sebagai pencari nafkah, seorang ayah juga diharapkan menciptakan suasana yang aman dan nyaman, menjadi panutan bagi anak-anaknya, serta mendidik mereka dengan nilai-nilai disiplin dan karakter yang baik. Ketika seorang ayah tidak melaksanakan peran ini, seringkali anak-anak akan merasa tumbuh tanpa figur ayah yang hadir dalam kehidupan mereka.

Film Sabtu Bersama Bapak lebih dari sekadar media hiburan. Di dalamnya terkandung pesan-pesan moral yang dapat diambil sebagai pelajaran hidup. Gunawan, meskipun sudah tidak lagi berada di dekat anak-anaknya, berusaha untuk tetap hadir dalam kehidupan mereka melalui pesan-pesan yang ditinggalkannya. Film ini mengajarkan bahwa seorang ayah yang bijaksana harus mendukung pilihan anak-anaknya tanpa memaksakan kehendaknya. Ini merupakan gambaran bahwa hidup seorang anak tidak bisa sepenuhnya sesuai dengan harapan orang tuanya, karena setiap anak memiliki jalan hidup dan keputusan mereka sendiri.

Melalui pendekatan konstruksionis dalam teori representasi Stuart Hall, film ini juga menunjukkan bagaimana peran ayah dikonstruksikan dalam konteks budaya yang lebih luas. Representasi dalam film ini tidak hanya mengacu pada gambaran langsung dari seorang ayah, tetapi juga pada makna yang muncul akibat konteks budaya yang membentuk pemahaman masyarakat tentang peran ayah. Film ini memperlihatkan bahwa meskipun Gunawan digambarkan sebagai sosok ayah yang dominan dan ideal, pesan-pesan yang ia sampaikan kepada anak-anaknya membantu mereka tumbuh menjadi individu yang bijaksana dan bertanggung jawab.

Sebagai ide dasar cerita, film Sabtu Bersama Bapak menekankan peran ayah yang dominan dalam kehidupan anak-anaknya, namun juga menggambarkan bahwa seorang ayah tidak dapat sempurna dalam mendidik. Seorang ayah yang bijaksana akan selalu siap berubah dan menyesuaikan diri dengan tantangan baru dalam keluarga. Film ini memberikan refleksi bahwa hidup anak-anak tidak selalu sesuai dengan rencana orang tua, dan orang tua berperan sebagai sarana bagi anak-anak untuk berkembang, meskipun anak pada akhirnya akan membuat keputusan hidup mereka sendiri.

Referensi

- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations And Signifying Practices*. Sage Publications.
- Mujani, S. (2020). *67 Persen Anak Muda Indonesia Menonton Film Nasional Dan Hanya 55 Persen Menonton Film Asing*. Saifulmujani.Com. <https://Saifulmujani.Com/67-Persen-Anak-Muda-Indonesia-Menonton-Film-Nasional-Dan-Hanya-55-Persen-Menonton-Film-Asing/>.
- Rendi, R. (2022). *Representasi Peran Ayah Dalam Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini (Nkcthi)*. Yayasan Lembaga Pendidikan Islam (YLPI) Riau, Universitas Islam Riau Fakultas Ilmu Komunikasi.
- Tamam F, M. N., & Fuady, M. E. (2021). Representasi Peran Ayah Dalam Film Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 557–561.



DARI SEDEKAH KE TANGGAP BENCANA: STRATEGI KOMUNIKASI PONDOK SEDEKAH USAI GEMPA CIANJUR

Aldy Nur Ramadhan, Dwinarko

Dampak dan Penanggulangan Bencana di Indonesia

Bencana adalah peristiwa yang dapat mengganggu aktivitas manusia dan terjadi karena berbagai faktor, baik yang bersifat alamiah maupun non-alamiah. Dampak dari bencana bisa sangat luas, mulai dari kerusakan lingkungan, kerugian material, hingga korban jiwa. Bencana umumnya dibagi menjadi tiga kategori utama: bencana alam, bencana non-alam, dan bencana sosial. Di Indonesia, bencana alam sering kali terjadi karena aktivitas geologi, mengingat negara ini berada di Cincin Api Pasifik yang memiliki banyak gunung berapi aktif dan potensi gempa bumi.

Gempa bumi merupakan salah satu fenomena alam yang paling sering dirasakan oleh masyarakat Indonesia. Gempa bumi dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, di antaranya gempa vulkanik yang terjadi akibat aktivitas gunung berapi, gempa tektonik yang disebabkan oleh pergeseran lempeng bumi, dan gempa turban yang disebabkan oleh runtuhnya bebatuan di dalam gua. Salah satu peristiwa gempa bumi yang sangat mengkhawatirkan terjadi di Cianjur, Jawa Barat, pada 21 November 2022 (Permana, 2023). Gempa dengan magnitudo 5,6

SR ini berpusat di Kecamatan Cugenang dan menimbulkan kerusakan besar serta korban jiwa. Selain menyebabkan banyak bangunan hancur, gempa ini juga memicu tanah longsor yang menghalangi akses ke beberapa wilayah, termasuk jalur utama Cipanas di Kabupaten Cianjur.

Bencana ini tidak hanya menimbulkan kerusakan material, tetapi juga mempengaruhi psikologi para korban, terutama anak-anak yang mengalami trauma. Selain bantuan logistik, anak-anak yang selamat juga memerlukan perhatian khusus berupa dukungan medis dan terapi kesehatan mental untuk mengurangi dampak psikologis dari peristiwa yang mereka alami. Gempa ini juga menyebabkan kerusakan di 13 sub-wilayah di sekitar Cianjur, antara lain Cianjur, Karang Tengah, dan Warung Kondang, serta memicu longsor yang merusak sejumlah kafe dan restoran di kawasan tersebut.

Di tengah bencana, lembaga sosial seperti Pondok Sedekah Indonesia berperan penting dalam memberikan bantuan kepada masyarakat terdampak. Pondok Sedekah Indonesia adalah lembaga yang berfokus pada penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, sedekah, waqaf, dan CSR. Lembaga ini juga memiliki beberapa program besar, termasuk program penanggulangan bencana yang mendukung masyarakat dalam situasi darurat.

Dalam menghadapi bencana, komunikasi yang efektif sangat diperlukan untuk mengubah perilaku masyarakat dan menyampaikan informasi penting mengenai penanggulangan bencana. Strategi komunikasi bencana melibatkan berbagai tahap, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi. Perencanaan adalah tahap awal di mana kita merancang tindakan untuk mencapai tujuan tertentu. Pengorganisasian bertujuan untuk merancang struktur yang jelas agar pelaksanaan dapat berjalan lancar. Pelaksanaan adalah tahap implementasi rencana yang telah disusun, dan evaluasi digunakan untuk menilai keberhasilan dan efektivitas tindakan yang telah dilakukan dalam menangani bencana. Dengan strategi komunikasi yang tepat,

diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan mempercepat pemulihan pascabencana.

Komunikasi Efektif Pada Saat Bencana

Komunikasi efektif merupakan proses pertukaran informasi antara dua pihak atau lebih yang memastikan pesan dapat dipahami dengan jelas, cepat, dan tepat oleh semua pihak yang terlibat, khususnya dalam konteks penanggulangan bencana. Dalam situasi bencana, penyampaian informasi yang tepat sangat penting untuk menjalin hubungan baik antara masyarakat yang terdampak, relawan, dan lembaga yang terlibat dalam penanganan pasca-bencana. Komunikasi yang efektif bertujuan agar semua pihak yang terkena dampak, baik masyarakat umum, responden, maupun pihak berwenang, dapat menerima informasi yang akurat dan mengambil langkah-langkah yang sesuai dalam merespons bencana.

Menurut Uripni (2003), sebagaimana dikutip oleh Hardiyanto Sigit (2019), komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang dapat menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat. Tujuan utama dari komunikasi efektif adalah untuk memastikan pesan yang disampaikan antara komunikator dan komunikan dapat dipahami dengan jelas, lengkap, dan mendapatkan umpan balik yang tepat. Selain itu, komunikasi efektif juga melibatkan penggunaan bahasa non-verbal yang baik dan tepat, untuk memperjelas pesan yang disampaikan.

Scott M. Culpin dan Allen (2009) mengemukakan tujuh faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi efektif, yaitu: *credibility* (kredibilitas), *context* (konteks), *content* (konten), *clarity* (kejelasan), *continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi), *capability of audience* (kemampuan audiens), serta *channels of distribution* (saluran distribusi). Ketujuh faktor ini saling terkait dan perlu diperhatikan untuk memastikan komunikasi berjalan lancar dan efektif, terutama dalam situasi darurat yang memerlukan respons cepat dan akurat.

Penanganan Pasca Gempa Bumi

Penanganan pasca-bencana yang efektif bertujuan untuk memberikan bantuan yang dapat membantu korban bencana untuk memulihkan kondisi fisik, psikologis, sosial, dan spiritual mereka. Hal ini dilakukan agar para korban dapat kembali menjalani kehidupan sosial mereka seperti semula. Penanganan pasca-bencana pada dasarnya bersifat partisipatif, yang berarti siapa pun, dengan berbagai cara dan keahlian, dapat ikut berkontribusi dalam proses pemulihan.

Pondok Sedekah Indonesia turut berperan dalam penanganan pasca-gempa yang terjadi di Cianjur pada 21 November 2022. Mereka turun langsung ke lokasi bencana untuk memberikan bantuan logistik kepada warga yang terdampak. Bantuan yang diberikan mencakup makanan, pakaian, tenda, dan terpal untuk mendirikan tenda darurat bagi para korban yang kehilangan tempat tinggal.

Selain memberikan bantuan logistik, Pondok Sedekah juga terlibat dalam tahap recovery atau rehabilitasi. Mereka mendirikan fasilitas-fasilitas darurat seperti sekolah darurat, musholla darurat, MCK, dan hunian sementara (huntara) untuk membantu para korban bencana memulai kembali kehidupan mereka. Dukungan ini sangat penting dalam memastikan pemulihan yang menyeluruh bagi masyarakat yang terdampak.

Hambatan Pada Saat Penanganan Bencana

Hambatan dalam komunikasi adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mengganggu proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim dan penerima. Hambatan ini bisa muncul pada berbagai tahap komunikasi dan disebabkan oleh berbagai faktor, seperti gangguan lingkungan, peralatan, persepsi dan asumsi, emosi, bahasa, serta perbedaan sosial dan budaya.

Menurut Effendy (2003), beberapa ahli komunikasi berpendapat bahwa komunikasi yang sepenuhnya efektif sangat sulit tercapai. Banyak faktor yang dapat merusak komunikasi,

sehingga menghambat kelancaran proses penyampaian pesan antara pihak-pihak yang terlibat. Hambatan ini bisa muncul pada berbagai aspek, mulai dari gangguan fisik hingga perbedaan persepsi dan latar belakang sosial yang memengaruhi pemahaman pesan.

Strategi Komunikasi Bencana Lembaga Pondok Sedekah Indonesia

Komunikator memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Pondok Sedekah Indonesia kepada masyarakat. Pemilihan komunikator dilakukan berdasarkan tugas dan tanggung jawab yang ada di dalam lembaga, khususnya di divisi program yang menangani semua kegiatan di lapangan. Biasanya, ketua divisi program menjadi orang pertama yang turun langsung ke lokasi dan mengadakan rapat untuk merumuskan agenda penanganan permasalahan yang terjadi. Dalam program manajemen bencana, khususnya untuk bencana gempa bumi yang sering melanda Indonesia, ketua divisi dan relawan terpilih menjadi komunikator yang berperan dalam proses pelaksanaan di lapangan, serta berkoordinasi langsung dengan masyarakat yang terdampak.

Komunikasi akan efektif jika pesan yang disampaikan mengandung informasi yang berarti dan penting bagi komunikan. Masyarakat di Cianjur pada November 2022 menjadi korban bencana gempa bumi yang membawa duka mendalam. Banyak rumah hancur dan warga kehilangan keluarga serta tempat tinggal. Oleh karena itu, setelah bencana, masyarakat yang terkena dampak menjadi sasaran utama dalam penyampaian pesan yang disampaikan oleh pemangku kepentingan, lembaga, dan relawan. Pesan-pesan yang diberikan sangat penting untuk membantu warga yang selamat mengetahui langkah-langkah yang harus diambil serta pemberian penanganan untuk mencegah korban lebih lanjut.

Pondok Sedekah menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat yang terdampak.

Saluran utama yang digunakan adalah komunikasi lisan, seperti percakapan langsung atau tatap muka, serta penggunaan teknologi modern seperti telepon seluler untuk berkomunikasi dengan masyarakat di Cianjur. Komunikasi lisan memungkinkan pesan untuk disampaikan dengan lebih jelas, dan umpan balik bisa diterima langsung dari komunikan (Purwanto, 2006).

Data yang didapat menunjukkan bahwa mayoritas pengungsi adalah perempuan, dengan korban tersebar di beberapa titik lokasi, terutama di Kecamatan Cugenang dan Cianjur. Korban yang terdampak bencana termasuk orang dewasa, lansia, remaja, anak-anak, dan bayi. Salah satu warga yang terkena dampak gempa, yaitu Kang Cefi, menyatakan bahwa ia dapat memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Pendekatan komunikasi langsung yang dilakukan oleh Pondok Sedekah menghasilkan efek afektif, di mana pesan yang disampaikan dapat mempengaruhi perasaan, sikap, atau emosi penerima. Berdasarkan pengamatan di lapangan, efektivitas komunikasi yang dilakukan secara langsung dapat terlihat dari selesainya percakapan dan keberhasilan komunikator dalam menjalankan pesan yang telah disampaikan kepada komunikan.

Referensi

- Culip, Scott M., et al. (2009). *Effective Public Relation*, penerjemah Tri Wibowo B.S. Jakarta: Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Hardiyanto, S., & Pulungan, D. (2019). Komunikasi Efektif Sebagai Upaya Penanggulangan Bencana Alam di Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 30-39.
- Permana, R.H. (2023). *Kilas Balik Duka Cianjur Diguncang Gempa Dashyat*. detikNews. Di akses dari <https://news.detik.com/berita/d-6501898/kilas-balik-duka-cianjur-diguncang-gempa-dashyat>.



LAGU, LAKI-LAKI, DAN KUASA: DOMINASI PATRIARKI DALAM 'MADU TIGA'

Silvi Ramawati, Asrul Nur Iman

Poligami dan Dominasi Patriarki dalam Masyarakat

Budaya patriarki masih mengakar kuat di Indonesia dan sering ditemui di berbagai sektor kehidupan masyarakat, seperti pendidikan, politik, ekonomi, dan hukum. Secara etimologis, patriarki merujuk pada kekuasaan yang dimiliki oleh seorang ayah atau kepala keluarga, namun lebih sering digunakan untuk menggambarkan dominasi laki-laki atas perempuan. Dalam sistem patriarki, perempuan sering kali berada dalam posisi yang terpinggirkan dan didominasi dalam berbagai aspek kehidupan, baik itu ekonomi, sosial, maupun politik (Adipoetra, 2016; Munti, 2005). Salah satu dampak buruk dari sistem ini adalah terjadinya kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), pelecehan seksual, pernikahan dini, dan perceraian (Sakina & Siti, 2017).

Kekerasan dalam rumah tangga menjadi salah satu masalah sosial yang timbul dari dominasi patriarki, terutama dalam konteks pernikahan. Data Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemenppa) pada Januari 2024 menunjukkan adanya 3.302 kasus kekerasan, dengan 723 korban laki-laki dan 2.891 korban perempuan. Angka yang sangat kontras antara jumlah korban laki-laki dan perempuan menunjukkan bahwa kekerasan lebih banyak dialami oleh perempuan, dengan sektor

rumah tangga menjadi tempat kekerasan paling tinggi, yakni sekitar 58,8%. Sebagian besar pelaku kekerasan ini juga merupakan laki-laki (Kemenppa, 2024). Dalam kehidupan berumah tangga, posisi laki-laki sering kali mendominasi, sementara perempuan ditempatkan dalam peran domestik, seperti mengurus rumah dan anak-anak, dengan stereotip yang menganggap mereka lebih cocok menjalani pekerjaan tersebut (Israpil, 2017).

Poligami adalah bentuk nyata dari dominasi patriarki, di mana hanya laki-laki yang diberi hak untuk memiliki lebih dari satu istri, sementara perempuan tidak memiliki kebebasan yang sama (Sari, 2022). Lagu “Madu Tiga”, yang dibawakan oleh band T.R.I.A.D, memunculkan kontroversi karena dianggap mengkampanyekan praktik poligami. Meskipun lagu ini sempat mendapat kritik keras, terutama dari kalangan perempuan yang menilai lagu tersebut mendukung patriarki, nyatanya lagu ini tetap populer dan didengarkan oleh banyak orang. Pandangan terhadap lagu ini beragam, ada yang hanya menikmati musiknya, namun ada juga yang menganggap liriknya sebagai pesan komunikasi yang lebih mendalam. Lirik lagu seringkali memuat pesan yang bisa mempengaruhi cara pandang pendengar terhadap suatu isu sosial, termasuk patriarki. Sebagai contoh, pada lirik “Senangnya dalam hati, kalau beristri dua”, lagu ini menggambarkan bahwa seorang laki-laki memiliki kebanggaan dalam memiliki lebih dari satu istri, sementara perempuan digambarkan sebagai objek yang bisa dipermainkan (Cahya & Sukendro, 2022).

Secara keseluruhan, lagu “Madu Tiga” mengandung elemen-elemen patriarki yang menggambarkan perempuan dalam posisi yang tidak setara dengan laki-laki, bahkan sebagai objek yang bisa diperlakukan sesuka hati. Hal ini mencerminkan marginalisasi terhadap perempuan dalam perspektif feminisme (Widjanarko, 2023). Sebagai bagian dari budaya populer, lagu ini mengundang pertanyaan tentang bagaimana masyarakat memandang dan menerima praktik poligami serta dampaknya terhadap nilai-nilai kesetaraan gender. Meskipun banyak yang menyukai lagu ini,

penting untuk mempertanyakan apakah pendengar menyadari pesan yang terkandung dalam lirik lagu tersebut atau apakah mereka telah menerima praktik poligami sebagai bagian dari budaya yang wajar.

Posisi Subjek-Objek

Lirik lagu “Madu Tiga” oleh T.R.I.A.D menggambarkan posisi laki-laki sebagai subjek yang bercerita mengenai kehidupan rumah tangganya dalam konteks poligami. Dalam penggalan lirik “Senangnya dalam hati, kalau beristri dua,” pencerita, yang merupakan seorang suami, menyatakan kegembiraannya memiliki dua istri. Kalimat “Oh seperti dunia ana yang punya” menunjukkan perasaan bahwa memiliki dua istri memberi kekuasaan dan kendali, sehingga ia merasa berkuasa atas dunia. Lirik “Istri tua merajuk, balik kerumah istri muda” mengindikasikan bahwa ketika istri pertama marah, sang suami dapat berpindah ke istri kedua. Bahkan, dalam kalimat “Kalau dua-dua merajuk, ana kawin tiga,” laki-laki merasa berhak untuk menikahi istri ketiga jika kedua istrinya tidak memuaskannya. Lirik-lirik ini menggambarkan laki-laki sebagai suami yang memiliki kuasa penuh dalam rumah tangga poligami, seakan-akan dunia ini berada di bawah kendalinya.

Sebaliknya, dalam lirik lagu tersebut, posisi perempuan digambarkan sebagai objek, yang berperan sebagai istri. Dalam penggalan “Istri tua merajuk, balik kerumah istri muda,” perempuan digambarkan sebagai pihak yang hidup dalam pernikahan poligami, yang narasinya disampaikan oleh suaminya sendiri. Lirik lagu ini menggambarkan perempuan sebagai individu yang mudah marah atau merajuk, dan perasaan mereka dianggap sepele oleh suami. Jika istri pertama marah, suami dapat dengan mudah beralih ke istri muda. Bahkan, jika istri muda juga tidak memuaskannya, ia bisa menikah lagi dengan istri ketiga, seperti yang tertuang dalam lirik “Kalau dua-dua merajuk, ana kawin tiga.” Label “istri tua” dan “istri muda” menunjukkan bahwa suami bangga memiliki beberapa istri dengan rentang usia yang berbeda, dan menggunakan sebutan tersebut untuk mengotak-atik posisi

sosial mereka. Dalam hal ini, perempuan hanya digambarkan sebagai objek yang dilihat dan diceritakan dari sudut pandang suami, tanpa suara atau pandangan mereka sendiri. Lagu ini hanya menceritakan kisah dari perspektif laki-laki sebagai suami, sementara perempuan atau istri tidak diberikan ruang untuk mendefinisikan diri mereka dalam narasi tersebut.

Posisi Penulis-Pembaca

Lirik lagu “Madu Tiga” menggambarkan posisi penulis dan pembaca sebagai laki-laki, di mana pendengar diarahkan untuk melihat lagu ini dari sudut pandang seorang suami. Dalam lirik “Senangnya dalam hati, kalau beristri dua. Oh seperti dunia, ana yang punya,” penulis mengajak pembaca untuk memandangi pernikahan poligami sebagai sesuatu yang menyenangkan, bahkan menggambarkan perasaan memiliki dunia ini. Kalimat tersebut memberikan kesan bahwa memiliki dua istri adalah simbol kekuasaan dan kebahagiaan bagi seorang laki-laki. Secara tidak langsung, lagu ini mempersuasi pendengar untuk menganggap poligami sebagai pilihan yang menguntungkan dan menyenangkan.

Selanjutnya, dalam lirik “Istri tua merajuk, balik kerumah istri muda. Kalau dua-dua merajuk, ana kawin tiga,” penulis menyampaikan bahwa seorang laki-laki tidak perlu khawatir jika istri pertama marah, karena ia bisa beralih ke istri muda. Lagu ini menggambarkan bahwa kehidupan pernikahan poligami memberi kebebasan kepada suami untuk mencari solusi dengan menikahi perempuan lain, tanpa harus menghadapi masalah serius jika kedua istrinya tidak memuaskannya. Lagu ini terus mempertegas bahwa laki-laki sebagai suami memiliki kuasa penuh untuk menentukan jalan hidupnya, tanpa perlu repot dengan konflik rumah tangga yang terjadi.

Lirik “Mesti pandai berbohong, mesti pandai temberang” menggambarkan bahwa penulis memberikan pesan bahwa pernikahan poligami hanya akan berjalan lancar jika seorang suami pandai berbohong. Kata “temberang” sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti berbicara yang tidak sesuai

dengan kenyataan atau berbohong. Penulis mengarahkan pembaca untuk melihat kebohongan sebagai alat yang diperlukan untuk menjaga keharmonisan dalam pernikahan poligami. Hal ini terlihat dalam lirik “Kepada istri tua, kanda sayang padamu. Oh kepada istri muda, I say I love you,” di mana suami diharuskan untuk berkata-kata manis, meskipun itu hanya sebuah kebohongan. Penulis juga mengingatkan pembaca agar tidak membiarkan kebohongan tersebut terbongkar, dengan kalimat “Oh tetapi, jangan sampai eh pecah temberang,” yang menekankan pentingnya menjaga rahasia agar tidak menimbulkan keributan dalam rumah tangga.

Dominasi Patriarki

Dominasi laki-laki sangat jelas tergambar dalam lirik lagu “Madu Tiga”. Dalam lagu ini, laki-laki sebagai subjek pencerita menggambarkan istri-istrinya sebagai sosok yang lemah dan mudah ditipu. Perempuan digambarkan sebagai individu yang mudah terbuai dengan kata-kata manis laki-laki, sehingga suami merasa tidak perlu khawatir jika ingin mencari wanita lain untuk dijadikan istri. Kepandaian laki-laki dalam berbicara dan membual membuat mereka merasa seperti menguasai dunia. Hal ini terlihat dari lirik “Senangnya dalam hati, kalau beristri dua. Oh seperti dunia ana yang punya,” yang menunjukkan bagaimana laki-laki merasa memiliki kuasa atas segalanya karena memiliki lebih dari satu istri.

Lirik “Istri tua merajuk, balik kerumah istri muda” menunjukkan bahwa perempuan bisa diperlakukan semena-mena oleh laki-laki, termasuk dalam hal pernikahan poligami. Penyebutan “istri tua” dan “istri muda” memperlihatkan bahwa laki-laki melihat perempuan berdasarkan usia dan penampilan, bukan sebagai individu yang setara. Pelebelan ini menciptakan diskriminasi terhadap perempuan, di mana istilah “tua” menjadi kata yang sensitif, terutama bagi perempuan. Becca R. Levy, seorang profesor psikologi di Universitas Yale, menyebutkan bahwa banyak orang merasa enggan disebut tua karena stigma sosial yang ada, bukan semata-mata karena bertambahnya usia

(Wahyudi, 2023). Psikolog Ratih Ibrahim juga menyebutkan bahwa perubahan fisik, terutama pada wajah, menjadi salah satu alasan mengapa perempuan takut dengan sebutan tua. Perempuan sering merasa terdorong untuk mempertahankan penampilan agar dianggap cantik dan awet muda (Astuti, 2010).

Lagu ini juga menggambarkan laki-laki sebagai sosok yang tidak pernah merasa puas dengan apa yang dimilikinya. Meskipun sudah memiliki dua istri, ia tetap mencari perempuan lain yang lebih muda untuk diperistri, sebuah tindakan yang menggambarkan sikap serakah dan ketidakpuasan yang dikenal dengan istilah “mata keranjang.” Istilah ini digunakan untuk menggambarkan laki-laki yang mudah tergoda oleh perempuan lain meskipun sudah memiliki pasangan (Widodo, 2022).

Dalam perspektif feminisme, tindakan laki-laki dalam lagu ini, yang menempatkan perempuan sebagai objek dan dirinya sebagai subjek yang dominan, adalah bentuk marginalisasi terhadap perempuan. Laki-laki mengakui telah menikah lagi tanpa memberitahukan istrinya dan berbohong untuk menutupi tindakan tersebut. Perempuan, yang ditempatkan dalam posisi subordinat, menjadi korban dominasi patriarki yang terus berlanjut. Dengan demikian, lagu ini mencerminkan bagaimana laki-laki, melalui perilaku mereka, mempertahankan sistem patriarki yang menindas perempuan.

Referensi

- Adipoetra, F. G. (2016). Representasi Patriarki dalam Film “Batas.” *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1-11.
- Cahya, S. I. A., & Sukendro, G. G. (2022). Musik Sebagai Media Komunikasi Ekspresi Cinta (Analisis Semiotika Lirik Lagu “Rumah ke Rumah” karya Hindia). *Koneksi*, 6(2), 246-254.
- Sakina, A. I., & Siti, D. H. (2017). Menyoroti Budaya Patriarki di Indonesia. *Social Work Jurnal*, 7(1), 71-80.
- Sari, Q. Y. (2022). Kampanye Poligami Coach Hafidin dalam Perspektif Feminisme. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 7(2), 109-130.

Widjanarko, W. (2023). Representasi Perempuan dalam Lirik Lagu Album T.R.I.A.D Karya Ahmad Dhani (Kajian: Analisis Wacana Kritis Sara Mills). *Bahtera Indonesia*, 8(1), 131-140.



NASI GORENG LUDES KARENA HUJAN: RESPON NETIZEN TERHADAP KONTEN VIRAL SHANTY DI CHINA

Retna Sari Aziza, Asima Oktavia Sitanggang

YouTube dan Peranannya dalam Penyebaran Budaya

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan individu untuk berinteraksi dan berbagi informasi dalam berbagai bentuk, seperti tulisan, gambar, video, dan audio. Salah satu platform media sosial yang sangat populer adalah YouTube, yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan berbagi berbagai jenis konten, termasuk video, gambar, dan audio. YouTube menawarkan beragam genre konten, seperti storytelling, podcast, vlog kecantikan, *food vlog*, dan banyak lagi, yang menjadikannya sangat populer di kalangan masyarakat (Azizah, 2020).

Kehadiran YouTube turut berperan dalam meningkatkan kesadaran tentang penyebaran budaya lokal. Budaya kini tidak hanya dilestarikan oleh orang tua atau para ahli, tetapi juga oleh generasi muda yang aktif dalam menyebarkan nilai-nilai budaya tersebut. Salah satu bentuk penyebaran budaya yang berkembang adalah melalui konten *food vlog*, di mana pembuat konten memperkenalkan kuliner Indonesia melalui platform YouTube (Muhammad Naufaldi & Dwi Susanti, 2023).

Statistik terbaru menunjukkan bahwa YouTube adalah platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan sekitar 65,41% pengguna di survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) antara 10 hingga 27 Januari 2023. Kuliner, sebagai bagian dari budaya, tidak hanya mencerminkan apa yang kita makan, tetapi juga hubungan sosial yang terjalin di sekitar makanan. Setiap kelompok masyarakat memiliki tradisi kuliner yang berbeda, yang dipengaruhi oleh kondisi alam dan preferensi budaya setempat. Oleh karena itu, makanan dapat dianggap sebagai identitas budaya, karena lebih mudah mengenalkan budaya melalui kuliner yang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari (Fauzi Achmad Riyadi et al., 2023).

Makanan juga menjadi cara yang sederhana untuk membedakan diri dari budaya lain, seperti yang dilakukan oleh Shanty Di China, seorang pengusaha yang menjual makanan Indonesia di China. Shanty mengolah makanan dengan rasa dan jenis masakan yang khas, memberikan identitas yang unik sebagai penjual makanan dari Indonesia (Fauzi Achmad Riyadi et al., 2023). Kepopuleran kanal YouTube Shanty Di China semakin meningkat berkat berbagai jenis konten yang ia sajikan, termasuk *food vlog*, *daily vlog*, dan *travel vlog*.

Salah satu konten yang paling populer di kanal YouTube Shanty Di China adalah video *food vlog* berjudul “Hujan Membawa Berkah, Menjual Nasi Goreng Dan Risol Di China Ludes,” yang diunggah pada April 2023. Konten ini menceritakan tentang Shanty yang menjual makanan Indonesia di China, sekaligus memperkenalkan budaya Indonesia melalui kuliner. Video ini telah ditonton oleh hampir 4,9 juta orang dan mencakup berbagai menu, seperti rendang, klepon, nasi goreng, soto ayam, bakso, sate ayam, dan risol, yang dijual dengan cara menarik perhatian pembeli.

Konten ini dipilih karena menjadi video paling populer di channel tersebut berdasarkan jumlah penonton. Video berdurasi 25 menit 12 detik ini terbagi dalam lima tahap: pertama, Shanty menjelaskan menu yang akan dijual; kedua, ia mempersiapkan

bahan dan memasak; ketiga, ia merapikan barang dan menggoreng makanan; keempat, Shanty menjual dan memperkenalkan makanan Indonesia kepada pembeli; dan kelima, ia menceritakan pengalaman dan situasi berjualan.

Konten *food vlog* ini menarik perhatian banyak penonton, yang meninggalkan berbagai komentar. Beberapa komentar mendukung, seperti yang menulis "Sangat menginspirasi, bangga sama mba Shanty dan keluarga yang memperkenalkan makanan Indonesia," sementara yang lain menyatakan ketidaksetujuan, seperti "Mahal dijual dengan harga segitu dan porsinya sedikit tidak sesuai dengan harga." Beragam komentar ini menunjukkan perbedaan dalam cara penonton memaknai konten yang sama. Oleh karena itu, diperlukan analisis resepsi untuk memahami bagaimana pesan dalam konten *food vlog* diterima dan dipahami oleh khalayak, sesuai dengan teori resepsi dari Stuart Hall.

Shanty dan Perkenalan Kuliner Indonesia di China

Dalam menganalisis menggunakan pendekatan Stuart Hall, pesan, konteks, dan proses encoding serta decoding harus diperhatikan untuk memahami bagaimana audiens memaknai suatu konten. Dalam hal ini, pesan utama dari konten YouTube Shanty Di China adalah mengenai upaya Shanty untuk memperkenalkan makanan Indonesia, seperti nasi goreng dan risol, kepada masyarakat di China. Shanty, yang memiliki latar belakang memasak, berjualan untuk mencari penghasilan tambahan sekaligus mengenalkan cita rasa Indonesia melalui kuliner. Dia ingin menunjukkan bahwa makanan Indonesia lezat dan tidak kalah dengan makanan lainnya yang ada di China, menggunakan food truck sebagai sarana untuk menjual dan memperkenalkan makanan Indonesia.

Konteks konten ini adalah sebuah *food vlog* yang diproduksi oleh Shanty bersama suaminya, yang dipublikasikan selama pandemi COVID-19 di kanal YouTube mereka dengan nama "Shanty Di China". Ideologi yang ditampilkan dalam channel tersebut adalah bagaimana Shanty memanfaatkan keterampilan

memasak dan berjualan untuk memperkenalkan kuliner Indonesia ke masyarakat China.

Karakter utama dalam konten ini adalah Shanty, yang memiliki penampilan sederhana namun menarik perhatian. Dengan mengenakan pakaian sederhana dan aksesori yang tidak berlebihan, Shanty menciptakan suasana yang bersih dan rapi di tempat jualannya. Pengambilan gambar yang profesional dan editing yang baik turut menyempurnakan kualitas video, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh penonton.

Durasi video *food vlog* "Hujan Membawa Berkah, Menjual Nasi Goreng dan Risol di China Ludes" adalah 25 menit 12 detik, yang terbagi menjadi lima tahapan: pertama, Shanty menjelaskan menu yang akan dijual; kedua, mempersiapkan bahan-bahan makanan; ketiga, mempersiapkan food truck dan menggoreng makanan; keempat, berjualan dan menawarkan makanan; dan kelima, mereview proses penjualan yang berlangsung.

Decoding, atau proses di mana audiens menerima pesan dari media berdasarkan pengalaman dan persepsi mereka, menjadi penting untuk memahami bagaimana penonton menanggapi konten ini. Dalam video ini, terdapat sekitar tujuh ribu komentar dari penonton, dan fokus analisis dilakukan pada komentar dengan like terbanyak. Beberapa komentar menunjukkan apresiasi terhadap usaha Shanty dan keluarganya dalam memperkenalkan makanan Indonesia, dengan ungkapan seperti, "Bangga melihat Shanty dan keluarga yang memperkenalkan makanan Indonesia," atau "Sangat terharu dengan perjuangan Shanty." Namun, ada juga komentar yang memberikan kritik, seperti, "Mahal dijual dengan harga segitu" atau "Risol-nya kurang disukai karena isian kentangnya."

Komentar-komentar ini mencerminkan beragam respons terhadap konten yang sama, menunjukkan bagaimana audiens memaknai dan menginterpretasi pesan yang disampaikan dalam video *food vlog* tersebut. Proses ini mencerminkan perbedaan pemaknaan yang terjadi dalam decoding, yang menjadi bahan

refleksi lebih lanjut dalam menganalisis pesan media menurut teori resepsi Stuart Hall.

Posisi Audiens dalam Menganalisis *Video Food Vlog*

Konten *food vlog* yang diunggah di channel YouTube Shanty Di China menunjukkan beragam respons dari khalayak, yang tercermin melalui komentar-komentar yang ditinggalkan di video tersebut. Respons ini sangat dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, pemikiran, dan perspektif masing-masing penonton. Video *food vlog* "Hujan Membawa Berkah, Menjual Nasi Goreng dan Risol di China Ludes" memunculkan berbagai interpretasi dari penontonnya. Dalam hal ini, pemaknaan terhadap konten tersebut dapat dianalisis menggunakan teori encoding-decoding dari Stuart Hall, yang mencakup tiga posisi utama: *Dominant Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Oppositional Position*.

1. *Dominant Hegemonic Position*

Dalam kategori *Dominant Hegemonic Position*, terdapat beberapa komentar yang menunjukkan dukungan penuh terhadap pesan yang disampaikan oleh Shanty. Mereka menyetujui upaya Shanty dalam memperkenalkan budaya Indonesia melalui makanan. Komentar seperti yang diberikan oleh YanuandhitaNurifadilla, Samanbahri8594, dan Novitanovi5396 mencerminkan kebanggaan terhadap Shanty dan keluarganya yang memperkenalkan kuliner Indonesia di China, meski berasal dari latar belakang yang berbeda. Mereka juga mengungkapkan kekaguman terhadap semangat dan kerja keras Shanty, yang terus berusaha memperkenalkan makanan Indonesia dengan penuh dedikasi. Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Ildhaputri3690 dan Wendyschiffel3662, yang mengapresiasi ketekunan Shanty dalam mempromosikan makanan Indonesia. Delapan komentar ini menunjukkan bahwa audiens sepenuhnya menyetujui pesan dalam video tersebut tanpa penolakan, dan menerima ideologi yang disampaikan oleh Shanty.

2. *Negotiated Position*

Kategori *Negotiated Position* mencakup komentar-komentar yang setuju dengan konten Shanty, namun memberikan tambahan perspektif atau kritik. Misalnya, Jogitakaur1349 berbagi pengalamannya tentang tantangan berjualan, seperti saat membagikan sampel tetapi tidak semua orang membeli. Dia memberikan saran agar nasi goreng dijual menjelang malam hari, saat waktu makan tiba, bukan pada siang hari. Pandangannya mencerminkan posisi yang tidak sepenuhnya menolak pesan, tetapi menawarkan perspektif yang berbeda. Hal yang sama juga disampaikan oleh Dodikhernowo1212, yang menyatakan bahwa nasi goreng lebih cocok dijual pada malam hari, namun tetap memberi dukungan kepada Shanty. Komentar dari Mangayuchannel dan Vjkm7240 juga mencerminkan posisi ini, di mana mereka memberi saran praktis, seperti menambahkan gambar makanan pada menu untuk menarik minat pembeli, atau mengganti isian risol dengan ayam suwir yang lebih disukai masyarakat China. Walaupun mereka setuju dengan konten Shanty, mereka menambahkan ide dan kritik berdasarkan pengalaman sosial mereka.

3. *Oppositional Position*

Di sisi lain, beberapa komentar menunjukkan penolakan terhadap pesan yang disampaikan oleh Shanty, yang termasuk dalam kategori *Oppositional Position*. Komentar dari 01Camp, Tatikb6610, dan Fitrinur5763 menyatakan ketidaksetujuan terhadap harga yang ditawarkan untuk nasi goreng dan risol. Mereka menganggap harga tersebut terlalu mahal, dengan Tatikb6610 dan Fitrinur5763 berpendapat bahwa harga risol enam ribu rupiah terlalu tinggi. Sementara 01Camp menilai nasi goreng yang dijual seharga 16 yuan terlalu sedikit untuk harga tersebut. Ketiga komentar ini menunjukkan sikap oposisi terhadap ideologi yang dibawa oleh Shanty dalam video tersebut, karena mereka mengkritik dan menawarkan pandangan yang berlawanan dengan pesan yang disampaikan.

Referensi

- Azizah. (2020). *Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Metro)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Riyadi, F., et al. (2023). Identintas Budaya Dan Kuliner Yogyakarta Sebagai Gastronomi Dan Perspektif Pariwisata Yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 152–161.
- Naufaldi, M., & Dwi S. (2023). Analisis Resepsi Konten Sabdo Palon Nagih Janji pada Kanal Youtube Kisah Tanah Jawa terhadap Nilai Budaya dan Kehidupan. *Jurnal Audiens*, 4(1), 65–74.
- Wijaksana, F. A., & Ismail, O. A. (2023). Pengaruh Konten Jerome Polin Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Remaja Kota Bandung. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 12(2), 316–324.



BELANJA VIA LIVE TIKTOK: GIMANA STREAMING BIKIN ORANG KLIK 'BELI' DI @JIMSHONEY.OFFICIAL

Sabilla Zainda, Wichitra Yasya

Peran TikTok dalam Revolusi Belanja Digital

Di era globalisasi yang berkembang pesat saat ini, Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami kemajuan teknologi informasi yang sangat cepat. Gaya hidup masyarakat Indonesia turut berubah seiring dengan perkembangan ini, terutama dalam hal berbelanja. Kebutuhan manusia dalam berbelanja semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, mulai dari cara berbelanja, pilihan barang, cara bertransaksi, hingga pertimbangan dalam membeli produk. Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah situs web interaktif yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, dan bersosialisasi dengan pengguna lain secara daring. Pada Januari 2024, data dari We Are Social menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai 185 juta orang, atau sekitar 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Di sisi lain, pertumbuhan sektor e-commerce di Indonesia yang mencapai 78% menandakan bahwa sektor perdagangan elektronik memiliki potensi yang sangat besar, yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan maupun pelaku UMKM.

Aplikasi media sosial yang menawarkan format video pendek, seperti TikTok, Snack Video, Likee, Instagram Reels, dan YouTube Shorts, telah menjadi fenomena di kalangan pengguna media sosial. TikTok, khususnya, telah menunjukkan peningkatan popularitas sejak pertama kali diluncurkan pada 2018. Aplikasi ini terus berkembang dan menyesuaikan fiturnya dengan kebutuhan penggunanya, yang menjadikannya lebih dari sekadar platform hiburan. Saat ini, TikTok telah menjadi salah satu platform e-commerce yang signifikan, mengubah cara pemasaran dan periklanan yang lebih modern serta mengikuti tren yang berkembang.

Salah satu fitur baru yang diperkenalkan oleh TikTok adalah TikTok Shop, sebuah fitur e-commerce inovatif yang menghubungkan penjual, pembeli, dan pembuat konten untuk menciptakan pengalaman belanja yang interaktif melalui siaran langsung atau *Live streaming*. TikTok Shop memungkinkan pelanggan untuk melihat produk secara langsung, berinteraksi dengan penjual, dan mendapatkan informasi instan melalui komentar tanpa perlu menunggu lama. Ini memberikan pengalaman berbelanja yang lebih transparan dan meyakinkan, yang pada gilirannya mendorong keputusan pembelian lebih cepat.

Brand lokal Indonesia, Jims Honey, merupakan salah satu contoh yang memanfaatkan fitur *Live streaming* di TikTok untuk mempromosikan produknya. Dengan memberikan diskon besar dan penawaran menarik melalui sesi *Live streaming*, Jims Honey berhasil menarik perhatian banyak pembeli. Selain itu, mereka juga menggandeng sejumlah kreator konten untuk meramaikan sesi siaran langsung tersebut. Saat ini, distribusi Jims Honey di Indonesia telah berkembang pesat, dengan lebih dari 50 ribu penjual online yang tersebar di seluruh Indonesia.

Strategi promosi yang digunakan oleh Jims Honey, seperti memberikan diskon untuk penonton yang memberikan like selama *Live streaming*, terbukti efektif dalam menarik minat pembeli dan menjaga mereka tetap setia. Pendekatan ini memanfaatkan

kekuatan media sosial dan *Live streaming* untuk menciptakan pengalaman belanja yang lebih dinamis dan menarik.

Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam melakukan analisis terhadap instrumen yang digunakan, pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$, maka item instrumen tersebut dianggap valid. Untuk variabel *Live streaming* TikTok (X) yang terdiri dari 10 item, nilai r hitung berkisar antara 0,372 hingga 0,611, yang semuanya lebih besar dari r tabel (0,361). Oleh karena itu, seluruh item dalam instrumen untuk variabel ini dapat digunakan.

Pada variabel Keputusan Pembelian (Y), yang memiliki 14 item, nilai r hitung berkisar antara 0,393 hingga 0,756, juga lebih besar dari r tabel (0,361). Dengan demikian, seluruh item dalam instrumen untuk variabel ini juga valid dan dapat digunakan.

Dalam hal uji reliabilitas, yang bertujuan untuk mengukur konsistensi dari setiap item, digunakan uji Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, maka instrumen tersebut dapat dianggap reliabel. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel *Live streaming* memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,679, dan variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,870. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik.

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan mengikuti distribusi normal. Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa data yang digunakan memiliki distribusi normal.

Selanjutnya, dilakukan uji linearitas untuk mengetahui hubungan antara variabel *Live streaming* TikTok dan Keputusan Pembelian. Hasil uji menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,283, yang

lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk memahami pengaruh variabel *Live streaming* terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan $Y = 30,976 + 0,533X$. Nilai konstanta 30,976 menggambarkan titik potong sumbu Y, sementara koefisien regresi sebesar 0,533 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel *Live streaming* akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,533.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *Live streaming* TikTok memiliki pengaruh sebesar 26,5% terhadap Keputusan Pembelian. Sisanya, yaitu 73,5%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam analisis ini.

Terakhir, dilakukan uji hipotesis untuk menilai apakah variabel *Live streaming* TikTok berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 5,946, yang lebih besar dari t tabel 1,987. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Live streaming* TikTok dan Keputusan Pembelian.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa *Live streaming* TikTok memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, khususnya pada akun @jimshoney.official.

Pengaruh *Live streaming* TikTok terhadap Keputusan Pembelian

Analisis terhadap variabel *Live streaming* menunjukkan bahwa dengan skor rata-rata sebesar 3,42, kualitas *live streaming* berada pada kategori "sangat baik." Hal ini menandakan bahwa penerapan *live streaming* sudah cukup optimal. Begitu pula dengan variabel Keputusan Pembelian yang memiliki skor rata-rata sebesar 3,60, yang juga masuk dalam kategori "sangat baik," menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian sangat tinggi.

Dalam analisis lebih lanjut, dapat diketahui bahwa *live streaming* memberikan pengaruh positif terhadap keputusan

pembelian sebesar 26,5%. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut, yang juga didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Namun, nilai koefisien determinasi sebesar 26,5% bisa dianggap relatif kecil, karena masih terdapat banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, personal branding, brand awareness, desain website, dan faktor lainnya yang tidak dianalisis dalam konteks ini.

Selain itu, hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung (5,946) lebih besar dari t tabel (1,984), dengan tingkat signifikansi 0,000 yang juga lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *live streaming* dan keputusan pembelian. Pengaruh ini berarti bahwa semakin baik kualitas *live streaming* yang disajikan, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Kualitas *live streaming* yang lebih tinggi, dengan presentasi produk yang menarik, kualitas video yang baik, dan interaksi aktif dengan audiens, dapat meningkatkan tingkat keputusan pembelian.

Referensi

- Amalia, R. J. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1-16.
- Chen, C. C., & Lin, Y. C. (2018). What Drives Live-Stream Usage Intention The Perspectives Of Flow, Entertainment, Social Interaction, And Endorsement. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293–303.
- Jims Honey Official (2014). Diakses pada tanggal 20 Maret dari <https://jimshoneyofficial.com/>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

We Are Social. (2024). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024*. Diakses pada 27 Februari 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>.



CEWEK TOMBOY BUKAN MASALAH: REPRESENTASI FEMININ-MASKULIN DI LAGU DESTINY ROGERS

Raya Octaviany, Fina Zahra

Maskulinitas Perempuan dalam Musik

Pembahasan mengenai gender tidak terlepas dari konsep maskulin dan feminin, yang sering kali dikaitkan dengan stereotip gender tentang bagaimana laki-laki dan perempuan seharusnya berperilaku dalam masyarakat. Stereotip ini mencakup pandangan atau keyakinan umum tentang perilaku, sifat, atau peran yang dianggap sesuai atau khas bagi laki-laki (maskulin) dan perempuan (feminin). Menurut Mills (dalam Sany, 2016), stereotip gender adalah persepsi mengenai peran yang diberikan oleh masyarakat terhadap gender tertentu.

Isu-isu yang menyebabkan munculnya stereotip gender sering kali menjadi masalah yang menimbulkan perbedaan pendapat. Tekanan sosial, psikologi, dan diskriminasi terhadap stereotip maskulin dan feminin dapat membatasi individu dalam mengekspresikan diri. Yuliyanti dkk (dalam Inzaghi, 2022) menyatakan bahwa setiap lingkungan sosial memiliki budaya maskulinitas yang berbeda-beda, yang membentuk ciri maskulin seseorang dan selalu dikaitkan dengan gambaran maskulinitas. Namun, pada kenyataannya, maskulinitas juga bisa dimiliki oleh

perempuan. Pandangan masyarakat terhadap perempuan maskulin bervariasi, bergantung pada faktor budaya, sosial, dan individu di dalam masyarakat tersebut.

Maskulinitas pada perempuan mengubah konsep yang sudah ada sebelumnya dan menantang pandangan umum tentang maskulinitas (Juniartha dkk., 2022). Dalam konteks musik, maskulinitas perempuan dapat dikaitkan dengan perlawanan terhadap stereotip gender yang tercermin dalam lirik lagu. Salah satu contoh adalah lagu "Tomboy" yang diciptakan oleh Destiny Rogers, yang dirilis pada tahun 2019 sebagai lagu debutnya. Dalam pembuatan lagu ini, peran produser sangat penting, di mana tim produser The Stereotypes membantu memberikan ide dan arahan dalam menulis lirik serta mengatur aransemen musik.

Perkembangan musik di era modern ini sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang memungkinkan peningkatan sistem perangkat dalam produksi lagu. Musik sebagai seni melibatkan bunyi yang dihasilkan dari instrumen, vokal, atau objek lain yang dapat menghasilkan suara. Untuk memahami dan menganalisis masalah yang timbul terkait isu-isu gender ini, analisis wacana kritis digunakan sebagai metode analisis data.

Analisis Wacana Kritis (AWK) adalah studi yang bertujuan untuk memahami bagaimana penggunaan bahasa dapat mencerminkan struktur sosial dan perubahan sosial. Menurut Flowerdew dan Jhon (dalam Siregar & Suhardi, 2019), AWK merupakan studi antardisiplin yang mengungkapkan proses sosial melalui bahasa yang digunakan oleh subjek yang diteliti. Fiske (dalam Madani, 2021) menjelaskan bahwa representasi merujuk pada cara komunikasi realitas melalui kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasi keduanya. Sederhananya, representasi adalah pemaknaan melalui simbol-simbol, tanda tertulis, lisan, atau gambar. Berdasarkan hal ini, analisis terhadap lirik lagu "Tomboy" akan fokus pada bagaimana representasi perempuan maskulin disampaikan melalui kata-kata dan makna yang terkandung dalam lagu tersebut.

Perempuan Mandiri dalam Lirik Lagu

Pada bait kedua lagu ini, terdapat lirik yang berbunyi, "My mama said, 'Marry a rich man'" yang diterjemahkan menjadi "Ibuku bilang, 'Menikahlah dengan orang kaya.'" Lirik ini diikuti dengan respons, "And I was like, 'Mama, I am that rich man,'" yang dalam bahasa Indonesia berarti "dan aku berkata seperti, 'Mama, aku orang kaya itu.'" Kata "rich" dalam lirik tersebut yang berarti "kaya" mengacu pada seseorang yang memiliki banyak harta, seperti uang dan properti. Untuk mencapai kekayaan tersebut, diperlukan usaha dan kerja keras. Dalam konteks ini, lirik "I am that rich man" mengisyaratkan bahwa perempuan tidak hanya bisa mengandalkan laki-laki sebagai pencari nafkah, tetapi juga dapat berperan sebagai sosok yang bekerja keras dan mandiri, seperti stereotip laki-laki. Penggunaan kata "pria kaya" dalam lirik ini menggambarkan seorang individu yang memegang kendali penuh atas tugas dan kewajiban yang biasanya dikaitkan dengan peran maskulin dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dan sosial.

Melalui bait ini, penyanyi menceritakan dirinya sebagai perempuan yang dapat menjadi "pria kaya" dan mengambil peran yang biasanya diasosiasikan dengan laki-laki dalam memenuhi kebutuhan finansial. Dengan kata lain, dia menantang peran tradisional gender, yang sering kali mengharuskan perempuan untuk bergantung pada laki-laki dalam aspek ekonomi.

Identitas yang dibentuk dalam bait kedua lagu ini sangat jelas. Lirik "My mama said, 'Marry a rich man,' And I was like, 'Mama, I am that rich man,'" menunjukkan bahwa subjek "I" atau "aku" adalah perempuan yang memposisikan dirinya sebagai tokoh utama dalam lagu. Lewat lirik ini, penyanyi menyampaikan pesan kepada pendengar bahwa perempuan juga bisa mandiri, bekerja, dan menentang stereotip yang menyatakan bahwa mereka harus menikah dengan laki-laki kaya. Pesan ini mengajak perempuan untuk mengejar kemandirian ekonomi dan membuktikan bahwa mereka dapat menjadi sosok yang kuat dan sukses tanpa bergantung pada pasangan laki-laki.

Lagu "Tomboy" dan Perjuangan Identitas Gender

Pada tahun 2019, Destiny Rogers bersama dengan produser musik The Stereotypes menulis lagu berjudul "Tomboy", yang menceritakan tentang seorang perempuan yang menolak stereotip gender tradisional. Dalam lagu ini, tokoh utama yang dimaksud adalah Destiny Rogers sendiri, yang menggambarkan dirinya sebagai sosok perempuan maskulin. Dalam sebuah wawancara di YouTube dengan "Genius", Destiny menjelaskan bahwa lagu dan liriknya terinspirasi dari pengalaman pribadinya. Ia tumbuh sebagai seorang wanita yang memiliki karakteristik maskulin, atau yang sering disebut sebagai wanita tomboi. Dalam wawancara tersebut, Destiny mengatakan, "Aku mencoba untuk mengambil kata positif di balik kata 'tomboi'. Ketika aku masih kecil, aku sering dipanggil tomboi dan aku tidak suka akan panggilan itu. Aku mengaku aku perempuan, aku hanya melakukan apa yang dilakukan laki-laki. Aku tidak suka dipanggil tomboi, tetapi seiring berjalannya waktu aku mulai menyukai kata 'tomboy', aku mencintai diriku, dan mengakuinya, ya aku adalah tomboi."

Lagu "Tomboy" ini mendapat sambutan yang sangat positif dari khalayak, terutama bagi para pendengar yang merasa terwakili oleh liriknya. Banyak perempuan yang berkarakteristik maskulin merasa bahwa lagu ini membantu mereka untuk menerima dan mengekspresikan jati diri mereka. Namun, tidak semua tanggapan terhadap lagu ini positif. Beberapa pendengar memberikan reaksi negatif. Dalam rangka menjelaskan lebih jauh tentang makna lirik lagu ini, "Genius" membuat sebuah wawancara video di kanal YouTube-nya yang mengungkapkan arti dari setiap bait yang ada dalam lagu.

Wawancara di channel YouTube Genius (2020) berjudul "Destiny Rogers 'Tomboy' Official Lyrics & Meaning" menarik berbagai reaksi dari pendengar yang dibagikan dalam kolom komentar video tersebut. Komentar positif muncul dari seorang pengguna dengan nama @Nahd610, yang mengaku merasa marah saat dipanggil tomboi di masa kecil. Namun, setelah mendengarkan lagu "Tomboy", ia merasa terinspirasi untuk menerima dan

mengungkapkan jati dirinya serta merasa bangga dengan identitas tomboinya. Di sisi lain, terdapat juga komentar negatif dari pengguna dengan nama @pigsthesedays2304, yang menyatakan bahwa tidak ada yang peduli apakah seseorang itu tomboi atau bukan. Menurutnya, memperdebatkan hal tersebut dianggap sebagai hal yang konyol, dan bahwa identitas gender seharusnya tidak menjadi isu besar atau sumber perdebatan.

Penyebaran lagu "Tomboy" ini menunjukkan bagaimana sebuah karya musik dapat menjangkau banyak orang dan mengundang beragam reaksi. Hal ini terjadi karena perbedaan pandangan masyarakat terhadap isu yang diangkat dalam lagu tersebut.

Mengubah Wacana Gender Lewat Lagu "Tomboy"

Praktik sosiokultural (makrostruktural) melibatkan berbagai situasi, institusi, dan aspek sosial yang berpengaruh dalam pembentukan wacana. Praktik ini berfokus pada bagaimana teks diproduksi melalui proses sosial dan ideologi yang ada di masyarakat, sehingga menciptakan representasi yang melekat dengan nilai-nilai sosial tersebut. Pada tahun 2019, bersamaan dengan rilisnya lagu "Tomboy", terjadi pengembangan isu mengenai stereotip gender di media dan hiburan di Amerika Serikat. Selama tahun tersebut, media, termasuk film dan televisi, mulai menentang stereotip gender tradisional dengan menampilkan karakter perempuan yang kuat dan mandiri, serta laki-laki yang lebih emosional dan sensitif. Isu ini mencerminkan perubahan dalam persepsi sosial terhadap gender dan peran yang selama ini dianggap kaku dan terbatas.

Selain itu, label musik di Amerika Serikat tidak hanya berfungsi sebagai penggerak industri musik, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang memengaruhi pendapat dan sikap masyarakat tentang stereotip gender. Melalui musik dan artis mereka, label-label ini memiliki kekuatan untuk mempromosikan isu-isu sosial, seperti stereotip gender. Lagu "Tomboy" adalah salah satu contoh di mana liriknya menekankan identitas perempuan

yang berkarakteristik maskulin. Lagu ini membantu membentuk dan memperkuat citra perempuan yang berani, kuat, dan bebas mengekspresikan diri, sekaligus menentang norma-norma gender tradisional.

Destiny Rogers dan The Stereotypes, melalui lagu "Tomboy", mengangkat isu stereotip gender dengan mengemasnya dalam sebuah karya yang menyatukan lirik dan melodi penuh semangat, menggambarkan kekuatan dan keberanian perempuan dengan karakter maskulin. Dalam konteks sosial saat ini, lagu ini tidak hanya berfungsi sebagai kritik terhadap norma-norma tradisional, tetapi juga sebagai cerminan dari pengalaman perempuan yang sering kali dihadapkan pada tekanan sosial untuk mematuhi ekspektasi feminin yang sempit. Dengan pendekatan ini, lagu "Tomboy" tidak hanya menantang batasan-batasan sosial mengenai feminin dan maskulin, tetapi juga merayakan keberagaman identitas gender yang ada dalam masyarakat.

Referensi

- Genius YouTube channel. (2020). *Destiny Rogers "Tomboy" Official Lyrics & Meaning*.
<https://youtu.be/tjY17wfHAik?si=6uymB7CymQ351o-P>
- Inzaghiyesya, H. D. E. (2022). *Penggambaran Maskulinitas Perempuan dalam Film the Old Guard*. Skripsi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Juniartha, I. K., et al. (2022). Mengupas Maskulinitas dan Feminitas Iteung, Seorang Karakter Perempuan Dalam Film "Seperti Dendam, Rindu Harus Dibayar Tuntas". *PROSIDING SEMNALISA II*, 333-342.
- Madani, T. L. (2021). *Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual Dalam Akun Instagram @bramastavrl*. Skripsi, Universitas Islam Riau.
- Sany, N., & Rahardja, E. (2016). Membedah stereotip gender: persepsi karyawan terhadap seorang general manager perempuan. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 443-451.

Siregar, N. S., & Suhardi, S. (2019). Konstruksi Pemberitaan Kekerasan Seksual terhadap Perempuan dalam Media Online Tirto.id. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.



NANDA ARSYINTA DAN PERSONAL BRANDING SECARA ELEGAN DI INSTAGRAM

Tiara Ramadhani, Fadli Muhammad Athalarik

Transformasi Komunikasi di Era Media Sosial

Kemunculan media baru mempermudah komunikasi antarindividu. Media baru, dalam bentuk digital, menjadi salah satu wujud perkembangan media massa. Salah satu produk unggulannya adalah media sosial, platform digital yang menghubungkan individu, menciptakan ruang interaksi, dan memungkinkan berbagi pesan dalam berbagai format seperti teks, gambar, suara, dan video (Annisa, 2021; Kotler & Keller, 2016). Keberadaan media sosial telah mengubah cara komunikasi masyarakat secara signifikan, menciptakan dampak positif dan negatif tergantung cara penggunaannya.

Media sosial, sebagai ruang tanpa batas waktu dan tempat, memungkinkan pengguna berbagi konten dan menjalin interaksi (Triandana, Dewi, & Furnamasari, 2021). Hingga awal 2024, Instagram menonjol sebagai salah satu platform dengan pengguna terbanyak, mencapai 85,3% dari total pengguna media sosial. Instagram berfungsi sebagai wadah berbagi informasi visual, tempat mengunggah foto dan video, serta menjadi sumber inspirasi yang mendorong kreativitas dengan fitur pengeditannya (Atmoko, 2012). Selain itu, platform ini sering digunakan untuk membangun personal branding dan mengikuti tren terbaru.

Salah satu fenomena yang berkembang di Instagram adalah hadirnya *beauty influencer*, yang memanfaatkan platform ini untuk berbagi konten kecantikan seperti tutorial, ulasan produk, dan inspirasi gaya hidup. Influencer ini memiliki pengaruh besar terhadap audiensnya, terutama dalam mempromosikan produk kecantikan. Di Indonesia, Nanda Arsyinta adalah salah satu *beauty influencer* dengan pengikut terbanyak, mencapai 3,3 juta pengguna hingga Maret 2024.

Nanda Arsyinta lahir di Palembang pada 31 Maret 1998 dan merupakan lulusan Fashion Business dari LaSalle College International Jakarta. Konten yang diunggahnya di Instagram mencakup berbagai tema, mulai dari kecantikan, mode, perjalanan, hingga kehidupan pribadinya sebagai ibu rumah tangga. Dengan tetap relevan melalui konten yang mengikuti tren, Nanda berhasil mempertahankan eksistensinya meskipun muncul banyak *beauty influencer* baru.

Sebagai *beauty influencer*, Nanda dikenal aktif membangun *personal branding*. Ia kerap membagikan tutorial make-up, review produk, serta tips dan trik kecantikan. Keahliannya di bidang ini telah membawanya meraih penghargaan sebagai *Content Creator* Kecantikan Terfavorit pada tahun 2021 dan 2023 di ajang GTV Awards. Perjalanan karir Nanda Arsyinta tidak selalu mulus. Ia pernah menghadapi masa-masa sulit, seperti diragukan banyak pihak, vakum, dan bahkan hampir berhenti dari dunia konten. Namun, dengan dukungan dari keluarga dan para pengikutnya, ia kembali bangkit dengan ide-ide baru dan berani keluar dari zona nyaman. Interaksinya dengan pengikut di Instagram pun aktif, sering membahas seputar produk kecantikan yang digunakan, seperti merek *skincare*, warna lipstik, dan tips lainnya. Hal ini menunjukkan peran Instagram sebagai platform yang efektif untuk membangun komunitas serta mempertahankan pengaruh dalam dunia kecantikan.

Keahlian dan Konsistensi Nanda Arsyinta di Dunia Kecantikan

Nanda Arsyinta dikenal sebagai seorang *beauty influencer* dengan keahlian yang menonjol di bidang kecantikan, terutama makeup. Melalui akun Instagram-nya, ia kerap membagikan hasil kreasinya, salah satunya pada unggahan 9 Mei 2020, di mana ia menampilkan riasan dengan nuansa hijau dan kuning neon, dilengkapi dengan *softlens* hijau yang memberikan sentuhan khas. Riasan tersebut menggambarkan keahlian Nanda dalam mengolah warna dan detail, sekaligus membangun *personal branding*-nya sebagai seorang ahli di bidang kecantikan. Kemampuannya ini menjadi salah satu alasan mengapa ia dikenal luas sebagai *beauty influencer*.

Selain keahliannya dalam *makeup*, Nanda juga telah menerima penghargaan yang memperkuat posisinya di dunia kecantikan. Pada 5 September 2021, ia membagikan unggahan tentang penghargaan yang diraihnya sebagai *Content Creator* Kecantikan Terfavorit dalam ajang GTV Awards. Penghargaan serupa kembali diraih pada 13 Juli 2023, menegaskan konsistensinya dalam dunia konten kecantikan. Pada ajang tersebut, Nanda bersaing dengan influencer lainnya seperti Tasya Farasya, Rachel Goddard, Jharna Bhagwani, dan Indira Kalistha.

Prestasi ini menunjukkan kemampuan Nanda dalam memanfaatkan Instagram untuk membangun *personal branding* yang kuat. Penghargaan tersebut tidak hanya menjadi bukti dari keahliannya, tetapi juga merupakan apresiasi terhadap upayanya dalam membagikan konten-konten kecantikan yang menginspirasi banyak orang. Dengan kreativitas dan dedikasinya, Nanda terus mempertahankan relevansi di tengah perkembangan dunia *beauty influencer*.

Strategi Nanda Arsyinta Menjaga Eksistensi di Media Sosial

Nanda Arsyinta memanfaatkan fitur Instagram Stories untuk menjaga interaksi dengan pengikutnya sekaligus memperkuat

kehadirannya di media sosial. Melalui Instastory, ia berbagi kesehariannya, menjawab pertanyaan pengikut melalui fitur *question and answer*, mengumumkan acara yang akan ia hadiri, mempromosikan produk melalui konten *endorsement*, dan membagikan tautan produk. Salah satu contohnya adalah saat ia mengumumkan jadwal kehadirannya di sebuah acara kecantikan. Dalam unggahan tersebut, ia mengajak pengikutnya untuk datang ke lokasi acara dan mengunjungi booth beberapa merek yang ia dukung. Strategi ini membuat eksistensinya tetap terlihat dan relevan di mata pengikutnya.

Selain memanfaatkan Instastory, Nanda juga aktif membuat konten menarik, seperti video transisi bertema tren *makeup*. Pada 17 Agustus 2023, ia mengunggah reels bertema Hari Kemerdekaan Indonesia. Dalam video tersebut, Nanda mengenakan kebaya hijau dengan aksesoris kepala, menampilkan transformasi dari wajah tanpa riasan (*bare face*) hingga riasan penuh warna yang bertema kemerdekaan. Ia menggambar hiasan mata merah-putih, serta perahu dengan pakaian adat pada pipinya, mencerminkan nuansa nasionalisme yang kreatif dan unik.

Konten tersebut mencerminkan kemampuan Nanda dalam memanfaatkan momen untuk memperkuat visibilitasnya sebagai *beauty influencer*. Dengan menyelaraskan unggahannya dengan peristiwa tertentu, seperti Hari Kemerdekaan, ia tidak hanya memperlihatkan kreativitas tetapi juga menjaga kehadirannya tetap terasa di antara para pengikutnya. Strategi ini merupakan bagian dari personal branding yang efektif, menunjukkan bagaimana ia mampu terus relevan di dunia media sosial.

Keteguhan Nanda Arsyinta di Dunia Kecantikan

Konsistensi dan keteguhan adalah kunci dalam membangun dan mempertahankan personal brand. Nanda Arsyinta menunjukkan keteguhan tersebut melalui fokusnya pada bidang kecantikan, khususnya *makeup*. Pada 1 Juni 2020, Nanda mengunggah konten yang menampilkan hasil kreativitasnya dalam *makeup*. Ia membagikan foto riasannya, sedangkan di slide kedua

terdapat video transisi makeup yang menunjukkan transformasi sebelum dan sesudah dirias. Konten ini menjadi salah satu bentuk konsistensi Nanda dalam menonjolkan keahliannya.

Dengan terus membagikan hasil karya makeupnya, Nanda memperlihatkan bahwa ia tetap setia pada bidang yang menjadi ciri khasnya. Keteguhan ini tidak hanya membantu membangun identitasnya sebagai seorang beauty influencer, tetapi juga mengukuhkan posisinya di dunia kecantikan sebagai sosok yang konsisten dan berdedikasi.

Referensi

- Annur, C. M. (2024, Maret 01). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. databoks. From databoks.katadata:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>.
- Avondita, W., Islami, D. I., Saifulloh, M., & Sukarni, N. F. (2022). Personal Branding Agus Harimurti Yudhoyono Melalui Media Sosial Instagram @agusyudhoyono. *Jurnal Cyber PR*, 25-48.
- Lestari, N. I., Ramadani, M., Syrah, A. N., & Anggreini, S. (2023). Peran Beauty Influencer dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Unsera*, 56-72.
- Triananda, S. F., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9106-9110.



KEARIFAN JAWA DI TIKTOK: RESPON NETIZEN TERHADAP BUDAYA SOLO ALA @RANIAAYAMIN

Khoirunisa Nur Pratama, Dian Sukmawati

Pelestarian Budaya Indonesia di Era Digital

Indonesia memiliki lebih dari 1.300 kelompok etnis, menjadikannya salah satu negara dengan kekayaan budaya terbesar di dunia. Suku Jawa adalah kelompok etnis terbesar, mencakup lebih dari 40% populasi Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 (Pramana & Priastuty, 2023).

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam penyebaran budaya Indonesia. Budaya tidak lagi hanya diwariskan lewat tradisi lisan atau kegiatan langsung, tetapi juga melalui berbagai media seperti musik, seni, kuliner, maupun media sosial. Dengan cara ini, kekayaan budaya Indonesia dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, baik lokal maupun internasional (Bagaimana Sebaran Kebudayaan Indonesia Saat Ini, 2023).

Namun, dalam arus modernisasi, tantangan terhadap pelestarian budaya lokal semakin nyata. Misalnya, penggunaan bahasa daerah seperti bahasa Jawa mengalami penurunan drastis karena generasi muda lebih memilih mempelajari bahasa asing yang dianggap lebih relevan dengan perkembangan global (Faris, 2019).

Tantangan untuk melestarikan budaya juga dialami Keraton Kasunanan Surakarta dan Pura Mangkunegaran di Jawa Tengah. Pura Mangkunegaran, misalnya, kini berbenah supaya dapat menjangkau generasi muda. Peran tersebut diperkuat oleh munculnya kepemimpinan dari generasi muda, yakni Gusti Bhre. Dari sisi promosi, keponakan Gusti Bhre, Rania, turut aktif mempromosikan budaya Jawa melalui platform media sosial seperti TikTok (Wasita, 2022).

TikTok telah menjadi salah satu media sosial populer di Indonesia, dengan beragam konten kreatif, edukatif, dan hiburan. Berdasar data Katadata, TikTok menempati posisi keempat sebagai aplikasi media sosial yang paling sering digunakan pada tahun 2024 (Annur, 2024). Platform ini memberikan kesempatan bagi pengguna dari berbagai latar belakang untuk menjadi kreator konten yang dapat menyampaikan pesan budaya, termasuk edukasi tentang tradisi Indonesia.

Akun TikTok @Raniaayamin memanfaatkan popularitas platform ini untuk memperkenalkan budaya Jawa, termasuk sejarah dan tradisi yang terkait dengan Pura Mangkunegaran. Dengan lebih dari 500 ribu pengikut, Rania berbagi konten edukasi, seperti cerita sejarah, tradisi Jawa, hingga momen keseharian di lingkungan keraton. Beberapa video populer mencakup ritual tradisional dan penjelasan tentang asal-usul keluarga Mangkunegaran.

Meskipun platform digital seperti TikTok memiliki potensi besar untuk mempromosikan budaya, tantangan tetap ada. Konten budaya sering kali menerima tanggapan yang beragam dari audiens, mulai dari komentar positif hingga negatif. Misalnya, sebagian warganet mungkin melihat pengenalan budaya melalui media sosial sebagai "membanggakan nasab" atau merasa tidak memahami relevansinya dengan kehidupan modern. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan makna terhadap konten budaya dipengaruhi oleh latar belakang dan perspektif individu (Basro, 2021).

Dalam komunikasi budaya, pesan yang dikirimkan melalui media sosial diproses melalui teori Encoding-Decoding seperti yang dijelaskan oleh Stuart Hall. Kreator, seperti Rania, mengolah informasi budaya ke dalam konten yang menarik dan mudah dipahami (*encoding*). Sementara itu, audiens menginterpretasikan konten tersebut sesuai dengan pemahaman dan pengalaman mereka (*decoding*) (Morrisan, 2013). Dengan cara ini, media sosial dapat menjadi alat penting untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya Indonesia, meskipun peran audiens dalam menginterpretasikan pesan tetap menjadi faktor utama.

Menghidupkan Budaya Jawa Melalui TikTok

Rania Yamin, seorang kreator TikTok, telah menarik perhatian luas melalui konten-kontennya yang menampilkan budaya Jawa. Sebagai keturunan bangsawan Mangkunegaran dan cicit dari pahlawan nasional Mohammad Yamin, Rania memiliki latar belakang yang memperkuat autentisitas unggahannya. Ia memanfaatkan aksesnya terhadap tradisi dan nilai-nilai budaya Jawa untuk menyajikan konten yang edukatif sekaligus menghibur.

Dalam unggahan di TikTok, Rania menampilkan tradisi Jawa, seperti ritual Malam Satu Suro yang meliputi kirab, tirakatan, dan semedi. Ia menjelaskan makna ritual ini sebagai bentuk introspeksi diri dan pengendalian emosi. Tradisi lain yang sering diangkat adalah Jumenengan, yang memperingati kenaikan takhta pemimpin Pura Mangkunegaran. Melalui kontennya, Rania memberikan gambaran rinci tentang prosesi, simbolisme, dan nilai-nilai yang terkandung dalam tradisi tersebut. Selain tradisi, ia juga berbagi momen sehari-hari, termasuk aktivitas di Pura Mangkunegaran, hobi, hingga gaya busana tradisional seperti kebaya dan kain batik.

Keunikan konten Rania mendapat respons beragam dari penonton. Banyak yang mengapresiasi usahanya memperkenalkan budaya Jawa dengan cara yang relevan bagi generasi muda. Mereka menilai konten-kontennya sebagai langkah edukatif yang memberikan wawasan baru tentang tradisi dan sejarah keluarga

Mangkunegaran. Namun, beberapa penonton mengkritik kehadiran *endorsement* dalam video yang dinilai mengganggu fokus pada penjelasan budaya. Ada pula yang menganggap pembahasan silsilah keluarga sebagai bentuk "membanggakan nasab." Meski demikian, banyak yang melihat pembahasan tersebut sebagai edukasi sejarah yang penting.

Platform TikTok memungkinkan Rania menjangkau *audiens* yang lebih luas, terutama generasi muda. Dengan mengemas tradisi Jawa dalam format modern, ia berhasil menghadirkan nilai-nilai budaya yang mungkin dianggap usang menjadi lebih relevan di era digital. Namun, tantangan tetap ada, seperti memastikan keseimbangan antara keaslian budaya dengan tuntutan format media sosial.

Melalui konten-kontennya, Rania menunjukkan bahwa budaya tradisional dapat tetap hidup dan relevan di era modern. Dengan pendekatan yang kreatif dan autentik, ia menghubungkan generasi muda dengan warisan budaya leluhur, membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi sarana pelestarian budaya yang efektif bila digunakan dengan bijak.

Rania Yamin dan Pelestarian Budaya di Era Digital

Rania Yamin telah berhasil memanfaatkan platform TikTok untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya Jawa. Sebagai cicit dari pahlawan nasional Mohammad Yamin dan keturunan bangsawan Mangkunegaran, Rania memiliki akses langsung ke tradisi, seni, dan sejarah keluarga yang mendalam. Latar belakang ini memberinya keunikan dalam menyajikan konten budaya yang autentik dan menarik.

Melalui TikTok, Rania konsisten menampilkan tradisi Jawa seperti ritual Malam Satu Suro dan Jumenengan. Dalam ritual Malam Satu Suro, ia menjelaskan makna di balik kegiatan seperti kirab, tirakatan, dan semedi, yang bertujuan untuk introspeksi diri. Sementara dalam tradisi Jumenengan, Rania memaparkan prosesi kenaikan takhta pemimpin Pura Mangkunegaran, lengkap dengan simbolisme dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Selain itu,

ia sering membahas silsilah keluarga dan sejarah Pura Mangkunegaran, memberikan edukasi yang penting terkait warisan budaya leluhur.

Respons penonton terhadap konten Rania beragam. Banyak yang menyambut positif usaha Rania, menganggapnya sebagai bentuk pelestarian budaya tradisional yang terancam hilang di tengah perkembangan zaman. Mereka merasa kontennya informatif, modern, dan relevan dengan generasi muda. Namun, beberapa penonton mengungkapkan bahwa kehadiran promosi produk dalam konten terkadang mengganggu alur penjelasan budaya. Beberapa penonton menyarankan agar promosi ditempatkan di awal atau akhir video untuk menjaga fokus utama pada penyampaian informasi budaya.

Komentar lain mengkritik pembahasan silsilah keluarga yang dianggap "membanggakan nasab," tetapi banyak yang memandangnya sebagai upaya edukasi sejarah. Penonton juga mencatat bahwa durasi pendek video TikTok terkadang membatasi penjelasan yang lebih mendalam, sehingga informasi terasa kurang maksimal. Meski demikian, mayoritas audiens menghargai usaha Rania dalam mengemas konten budaya tradisional dalam format modern.

Di era digital saat ini, upaya Rania dinilai relevan dan tepat sasaran. Dengan gaya penyampaian yang kreatif, ia berhasil menjangkau generasi muda, memperkenalkan kembali nilai-nilai budaya yang mungkin dianggap ketinggalan zaman. Hal ini penting mengingat semakin banyak orang yang cenderung mengabaikan budaya tradisional, beralih pada budaya asing, atau menganggap tradisi sebagai sesuatu yang kuno.

Melalui konten-kontennya, Rania tidak hanya mengedukasi, tetapi juga menginspirasi khalayak untuk lebih menghargai warisan budaya. Dengan pendekatan yang inovatif, ia menunjukkan bahwa tradisi dan teknologi dapat berjalan beriringan, memastikan bahwa nilai-nilai budaya tetap hidup dan relevan di masa depan. TikTok sebagai platform memberikan ruang baginya untuk menjembatani budaya tradisional dengan

dunia modern, menjadikannya sebagai salah satu pelopor dalam pelestarian budaya melalui media sosial.

Referensi

- Afifah, N. Z. (2019). Encoding-Decoding Khalayak Tentang Kekerasan Verbal Dalam Video Gaming Reza 'Arap'Oktovian (Studi Analisis Audiens Stuart Hall). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159–172.
- Baran, S. J. & D. K. D. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Panuju, R. (2022). *Spektrum Komunikasi Budaya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140–154.
- Utami, D. R. (2021). *Kesultanan Yogyakarta dan Kesunanan Surakarta, Kakak Beradik yang Berbeda 180 Derajat*. mnews. <https://minews.id/cuitan-mi/kesultanan-yogyakarta-dan-kesunanan-surakarta-kakak-beradik-yang-berbeda-180-derajat#>.