

REPRESENTASI PENERIMAAN DIRI PADA TOKOH SPEKTRUM AUTISME DALAM DRAMA KOREA EXTRAORDINARY ATTORNEY WOO

Mochamad Farid Susanto
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Dr. Soetomo, Surabaya-Indoensia
mfarids@gmail.com

ABSTRACT

Known as computer-mediated communication, computer-mediated digital interaction or communication allows everyone to interact without ever meeting in person. This is based on a recent survey conducted by the Indonesian Internet Service Users Association from January 11 to February 24, 2022, and involved 7,568 respondents in various parts of Indonesia. Among them, Instagram is one of the most used social media. Instagram holds the record for the most used social media after WhatsApp. Social media hashtags are useful for grouping content in such a way that it's easy to search. The #2019GantiPresiden hashtag is an introductory content that covers Joko Widodo's image as Indonesia's president, while #jokowi2period claims the opposite, namely that he deserves to be the next president. The hashtags mark content related to campaigns or public relations to prevent the spread of viruses in homes. The history of the initial emergence of the hashtag #PercumaLaporPolisi occurred on October 6 2021, the hashtag #Percumalaporpolisi became a trending topic on Twitter social media. This research is qualitative in nature, namely the social reality being studied (Mamik, 2015). Therefore, in this study the phenomena are described as they are, and then discussed according to the ideas of this research, without seeing what should have happened. This research examines the hashtags #percumalaporpolisi as a means of communication between content creators and content recipients. This research is descriptive in nature, that is, it examines a phenomenon and describes it in words (Rusandi & Rusli, 2021). The information collected is not in the form of numbers but in the form of words or pictures (Moleong, 2010). Therefore, content related to police performance cases that appear on the Instagram social network that is searched for with the hashtags #free reportorpolisi and #1hari1oknum are collected and described using the hashtag theory (#) as a CMC tool.

Keywords: CMC, Instagram, Hastags, and Communication

ABSTRAK

Dikenal sebagai *computer-mediated communication*, interaksi atau komunikasi digital yang dimediasi komputer memungkinkan setiap orang untuk berinteraksi tanpa pernah

bertemu secara langsung . Hal itu berdasarkan survei terbaru yang dilakukan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia pada 11 Januari hingga 24 Februari 2022, dan melibatkan 7.568 responden di berbagai wilayah Indonesia. Di antaranya, Instagram adalah salah satu media sosial yang paling banyak digunakan. Instagram memegang rekor media sosial yang paling banyak digunakan setelah WhatsApp .Tagar media sosial berguna untuk mengelompokkan konten sedemikian rupa sehingga mudah dicari . Tagar #2019GantiPresiden merupakan konten identifikasi yang merendahkan citra Joko Widodo sebagai presiden Indonesia, sedangkan #jokowi2periode mengklaim sebaliknya, yaitu layak menjadi presiden berikutnya . Tagar menandai konten yang terkait dengan kampanye atau hubungan masyarakat untuk mencegah penyebaran virus di rumah. Sejarah awalnya muncul tagar #PercumaLaporPolisi terjadi pada 6 Oktober 2021, tagar #Percumalaporpolisi menjadi trending topik di media sosial Twitter. Penelitian ini bersifat kualitatif yaitu realitas sosial yang diteliti (Mamik, 2015). Oleh karena itu, dalam penelitian ini fenomena yang dideskripsikan apa adanya, dan kemudian didiskusikan sesuai dengan gagasan penelitian ini, tanpa melihat apa yang seharusnya terjadi. Penelitian ini mengkaji hashtag #percumalaporpolisi sebagai sarana komunikasi antara pembuat konten dan penerima konten. Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu mengkaji suatu fenomena dan menggambarkannya dengan kata-kata (Rusandi & Rusli, 2021). Informasi yang dikumpulkan tidak berupa angka melainkan berupa kata-kata atau gambar (Moleong, 2010). Oleh karena itu, konten terkait kasus kinerja kepolisian yang muncul di jejaring sosial Instagram yang dicari dengan tagar #percumalaporpolisi dan #1hari1oknum dikumpulkan dan dideskripsikan menggunakan teori tagar (#) sebagai alat CMC.

Kata Kunci: CMC, Instagram, Hashtag, komunikasi

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman telah memungkinkan interaksi antar manusia melalui dunia digital atau virtual. Dikenal sebagai *computer mediated communication* (CMC), interaksi atau komunikasi digital yang dimediasi komputer memungkinkan setiap orang untuk berinteraksi tanpa pernah bertemu secara langsung (Arnus, 2015). Artinya, CMC juga dapat memudahkan orang untuk berkomunikasi. Kita dapat mengirim informasi melalui *email* tanpa harus pergi ke kantor pos untuk mengirimkan surat. CMC tidak hanya menggunakan komputer (PC), tetapi juga *smartphone* (Pratiwi, 2014). Aplikasi di *smartphone*, khususnya media sosial, memungkinkan interaksi tanpa memandang lokasi dan waktu.

Pada tahun politik 2019, yakni pemilihan presiden Republik Indonesia, terdapat dua tagar di jejaring sosial: #2019GantiPresiden dan #jokowi2periode. Tagar #2019GantiPresiden merupakan konten identifikasi yang merendahkan citra Joko Widodo sebagai presiden Indonesia, sedangkan #jokowi2periode mengklaim sebaliknya, yaitu layak menjadi presiden berikutnya (M.R. Cahyono, 2021). Kemudian, di awal pandemi Covid-19, *influencer* sekaligus jurnalis Najwa Shihab meluncurkan tagar #dirumahaja yang menyebabkan masyarakat bahkan pemerintah menggunakan tagar tersebut untuk menyebarkan informasi (Nadia & Irwansyah, 2021). Tagar menandai konten yang terkait dengan kampanye atau hubungan masyarakat untuk mencegah penyebaran virus di rumah. Dari kedua studi

kasus tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial *hashtag* (#) memiliki komunikasi bagi masyarakat, khususnya pada isu-isu terkini dan aktual.

Sejarah awalnya muncul tagar *#percumalaporpholisi* terjadi pada 6 Oktober 2021, tagar *#percumalaporpholisi* menjadi trending topik di media sosial Twitter. Tagar ini pertama kali muncul pada akun Twitter Project Multatuli (@projectm_org) dan tautan ke cerita berjudul “Tiga Anak saya diperkosa, saya lapor ke polisi, polisi tutup penyelidikan.”. Seorang ibu bernama Lidya mengatakan, ketiga anaknya, semuanya berusia di bawah sepuluh tahun, mengalami tindakan pemerkosaan. Terduga pelaku adalah mantan suaminya, yaitu ayah kandungnya, seorang pejabat pemerintah dengan jabatan di kantor pemerintahan daerah. Polisi menyelidiki pengaduan tersebut, namun prosesnya diduga dirusak oleh manipulasi dan konflik kepentingan. (Nur’annafi Farni Syam Maella, n.d.) Hanya dua bulan setelah pengaduan mereka, polisi menghentikan penyelidikan. Selain tak mendapatkan keadilan, Lydia malah dituding punya motif balas dendam saat melaporkan mantan suaminya, selain itu juga diserang sebagai orang dengan masalah kesehatan mental. (Farida et al., 2023) Lydia dan anaknya tinggal di Luwu Timur, sebuah wilayah perbatasan di Sulawesi Selatan, dua belas jam perjalanan dari Kota Makassar (Rusdianto, et al., 2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa tagar *#percumalaporpholisi* sebagai bentuk CMC memiliki fungsi yang berbeda-beda, karena itulah dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

METODE

Dalam melakukan sebuah usaha dalam mencari jawaban atas fenomena yang sedang terjadi maupun memahami sebuah konteks permasalahan, dibutuhkanlah sebuah penelitian sebagai sarana. Dalam melaksanakan penelitian ini, secara sadar dan bertanggung-jawab peneliti memilih dan menggunakan tipe penelitian kualitatif sebagai sarana metode juga langkah kerja yang akan digunakan guna memahami fenomena yang terjadi, yang coba untuk diungkap oleh peneliti melalui penelitian ini. Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian dengan mengkaji suatu fenomena dan menggambarkannya dengan kata-kata (Rusandi & Rusli, 2021). Lebih jauh, informasi yang dikumpulkan tidak berupa angka melainkan berupa kata-kata atau gambar (Moleong, 2010). Adapun jenis penelitian ini tidak menguji sebuah hipotesis atau temuan sementara mengenai konteks penelitian (subjek), namun hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan apa yang telah diteliti dan diuraikan secara jelas.

Dalam melaksanakan penelitian, peneliti membagi pengerjaan menjadi dua bagian besar yaitu bagian pra-analisis dan bagian analisis. Masing-masing bagian memiliki langkah kerjanya sendiri. Pra-Analisis: Bagian pertama dalam ruang analisi ini adalah tahapan pra-analisis. Sesuai dengan namanya, bagian pra analisis merupakan bagian awal di mana pada bagian ini analisis belum dilakukan, namun lebih ditekankan kepada pencarian dan penemuan data pada subjek yang tengah diteliti dan dikaji secara seksama. Pada bagian awal ini memiliki fokus kepada observasi atau pengamatan serta seleksi data yang selanjutnya akan digunakan sebagai sampel penelitian.

Analisis: Bagian kedua dalam ruang analisis ini adalah tahapan dan proses analisis. Analisis data menggunakan teknik SNA, yang berarti bahwa hubungan sosial antar node diperiksa. Yang dimaksud node adalah aktor dalam jaringan

(pengguna media) (Hadiana & Witani, 2017). Sehingga SLA juga dapat digunakan untuk menganalisis aktivitas interaktif di media sosial (Azmi et al., 2021). Berikut adalah analisis tagar Instagram #percumalaporpholisi yang kemudian menunjukkan keterkaitan antara konten dan interaksi penonton dalam konten terkait kasus kinerja Kepolisian yang muncul pada Instagram.

DISKUSI

Kembali pada pembahasan awal dimana fokus penelitian ini adalah pada subjek yang berasal dari konten-konten yang diunggah melalui platform media sosial Instagram, dikhususkan pada penggunaan tagar #percumalaporpholisi, fenomena tagar ini berlanjut pada kasus-kasus lain yang tengah diproses oleh instansi Kepolisian. Tagar ini dianggap sebagai ekspresi yang dapat mewakili ketidakpuasan dan kekecewaan atas kinerja institusi Kepolisian dalam menangani kasus-kasus yang ada, terlebih pada kasus yang dianggap sebagai kasus besar dan viral di tengah masyarakat

Fungsi Tagar #percumalaporpholisi Pada *Computer Mediated Communication*

Communication Computer Mediated Communication adalah suatu proses komunikasi antar manusia melalui penggunaan dua atau lebih komputer yang melibatkan manusia, atau banyak manusia dalam ruang konteks tertentu. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, tagar #percumalaporpholisi, yang digunakan oleh berbagai unggahan dan konten di platform media sosial, terutama Instagram, dapat merujuk pada suatu konteks tertentu, atau dalam ruang lingkup yang sempit dan fokus dalam penelitian ini yaitu terkait dengan kinerja institusi Kepolisian, sangat berguna dalam melakukan *Computer Mediated Communication* melalui media sosial. Melalui *Computer Mediated Communication*, tagar #percumalaporpholisi dapat digunakan untuk menandai sebuah informasi dan bersamaan juga menjadi sebuah kata kunci sehingga khalayak umum dapat lebih mudah untuk mencari dan juga menemukan informasi sesuai dengan yang ia kehendaki.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tagar (#) di media sosial, terutama Instagram, memiliki berbagai tujuan bagi pembuat atau pengunggah konten. Tagar #percumalaporpholisi sangat mirip dengan kasus awal tentang kinerja polisi yang terjadi pada 6 Oktober 2021 silam. Selain itu, tagar #percumalaporpholisi juga terkait dengan vonis hukum yang menimpa Ferdy Sambo atas pembunuhan Brigadir J, sehingga khalayak dapat menemukan informasi tentang kedua hal tersebut. Namun, tagar #percumalaporpholisi digunakan secara tidak wajar, sehingga hasil pencarian Instagram yang menggunakan tagar ini cenderung bias.

Setelah vonis hukuman Ferdy Sambo dan konten yang berkaitan dengan kinerja polisi, banyak reaksi dari khalayak, yang sebagian besar tidak setuju dengan Ferdy Sambo. Ini menunjukkan bahwa khalayak sedang mengikuti kasus Ferdy Sambo dan membela Brigadir J dan keluarga korbannya.

Pada akhirnya, penelitian ini bermanfaat untuk penelitian lanjutan tentang pola atau budaya CMC yang terjadi di masyarakat, terutama berkaitan dengan penggunaan tagar (#) di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, A. (2022). *Awal Mula Kasus Ferdy Sambo Cs, Kasus Rekayasa Pembunuhan Brigadir Yosua*. Surya.
<https://surabaya.tribunnews.com/2022/10/17/awal-mula-kasus-ferdy-sambo-cs-kasus-rekayasa-pembunuhan-brigadir-yosua>
- Andiani, M. S. (2017). Media baru dan online self presentation. *Skripsi*.
- Arnus, S. H. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275–289.
<https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-munzir/article/view/744/680>
- Astari, N. (2021). Sosial Media Sebagai Media Baru Pendukung Media Massa untuk Komunikasi Politik dalam Pengaplikasian Teori Agenda Setting: Tinjauan Ilmiah pada Lima Studi Kasus dari Berbagai Negara. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 131–142.
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.190>
- Azmi, N. A., Fathani, A. T., Sadayi, D. P., Fitriani, I., & Adiyaksa, M. R. (2021). Social Media Network Analysis (SNA): Identifikasi Komunikasi dan Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial Twitter. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 5(4), 1422. <https://doi.org/10.30865/mib.v5i4.3257>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1). <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Cahyono, M. R. (2021). Fungsi komunikasi dan motivasi pengguna tanda tagar (#) di media sosial Indonesia. *Islamic Communication Journal*, 6(2), 191–210.
<https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.2.7998>
- Dirhantoro, T. (2023). *Cerita Ibu di Jaktim yang Tanya Perkembangan Kasus Pemerkosaan Anaknya Malah Dimarahi Polisi*. Kompas TV. <https://www.kompas.tv/regional/416560/cerita-ibu-di-jaktim-yang-tanya-perkembangan-kasus-pemerkosaan-anaknya-malah-dimarahi-polisi?page=all>
- Firmansyah, L. M. (2022). *Berapa Pengguna Internet Indonesia per 2022? Berikut Datanya: Tingkat penetrasi internet mencapai 77,02 persen*. Fortune Indonesia. <https://www.fortuneidn.com/tech/lu/berapa-pengguna-internet-indonesia-per-2022-berikut-datanya>
- Goodstats. (2022). *Daftar Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022*. Goodstats. <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1>

- Hadiana, A. I., & Witanti, W. (2017). Analisis Jejaring Sosial Menggunakan Social Network Analysis untuk Membantu Social CRM bagi UMKM di Cimahi (Social Network Analysis Using Social Network Analysis to Help Social CRM for MSMEs in Cimahi). *Saintiks FTIK UNIKOM*, VI.29-VI.36.
- Istiqomah, Z., & Ernaningsih, D. N. (2018). The use of social media to increase the dissemination of scientific information in State University of Malang Library. *1st International Conference Library and Information Science*, 55–70.
- Kartiningrum, E. D. (2015). *Panduan Penyusunan Studi Literatur*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat - Politektik Kesehatan Majapahit.
- Kemendag RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*. Kementerian Perdagangan RI.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif* (N. Retnowati (ed.)). Zifatama Publisher.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mustofa. (2019). Peran Hashtag (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan. *Libraria*, 7(1), 19–38.
- Farida, F., Harliantara, H., & Prihatiningsih, W. (2023). Self Interpretation: The Identity of Women Legislator. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(2), 310–323.
- Nur'annafi Farni Syam Maella, M. I. (n.d.). *The Identity Construction of Woman Politician on Facebook*.
- Nadia, R., & Irwansyah. (2021). Aktivis Media Sosial Sebagai Penggagas Tagar: Najwa Shihab Galakkan Social Distancing Lewat #dirumahaja. *Journal Komunikasi*, 12(1), 1–10. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/8306>
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Pratiwi, F. D. (2014). (CMC) dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya (Tinjauan pada Forum Diskusi Soompi Empress Ki TaNyang Shipper). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 7(1), 29–44.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Z, Yuli. 2021. *Tiga Anak Saya Diperkosa, Saya Laporkan ke Polisi, Polisi Menghentikan Penyelidikan*. projectmultatuli.org.
<https://projectmultatuli.org/dua-putri-saya-dicabuli-saya-lapor-ke-polres-baubau-polisi-malah-tangkap-anak-sulung-saya/>
- Sari, M. P. (2017). Fenomena penggunaan media sosial Instagram sebagai komunikasi pembelajaran Agama Islam oleh mahasiswa FISIP Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4(2), 1–13.

- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media.
- Tjokro, L. K. (2016). Peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial: Studi Kasus pada Akun @ketimbang.ngemis.soloo di Instagram dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial Anti Mengemis di Solo. *Skripsi*.
- Zidan, M. A. (2020). Pengaruh Media Sosial. Instagram Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BNI Persero Cabang Dempo Palembang. *Skripsi*.