

KONSTRUKSI REALITAS SIMBOLIK GENERASI MILENIAL MELALUI TEMA FANTASI SELEBGRAM DI MEDIA SOSIAL

SYMBOLIC REALITY CONSTRUCTION OF MILENIAL GENERATIONS THROUGH THEMES OF CELEBGRAM FANTASY ON SOCIAL MEDIA

Intan Rizky Mutiaz

KK Komunikasi Visual dan Multimedia Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Teknologi Bandung, Jl. Ganeca No. 10 Bandung
intanrm@itb.ac.id

ABSTRAK

Media sosial telah berhasil membangun realitasnya sendiri di dunia maya, berdampingan dengan dunia nyata sebagai akibat adanya komunikasi antara individu dalam memaknai realitas dunia nyata dan diunggah menjadi konten di media sosial. Unggahan selebgram merupakan relasi antara idola dan penggemar yang memperkuat terjadinya konvergensi simbolik dan kesadaran kelompok yang kohesi karena selebgram menjadi *influencer* bagi generasi milenial. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui konstruksi realitas simbolik dari selebgram sebagai *influencer* generasi milenial di media sosial melalui tema fantasi yang menimbulkan kesadaran bersama dan realitas simbolik bersama. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma naratif dengan pengumpulan data interpretatif dan pendekatan analisis melalui Fantasy Theme Analysis (FTA). Objek penelitian ini adalah 3 selebgram yaitu Awkarin, Princess Syahrini, dan Raden Rauf dengan pertimbangan memiliki *follower* banyak, aktif bermedia sosial, dan fenomenal. Hasil penelitian ini menunjukkan para selebgram membangun interaksi dengan penggemarnya dengan memanfaatkan tema fantasi untuk menghasilkan kebersamaan, kedekatan, makna, motif, serta perasaan bersama hasil konstruksi realitas simbolik bersama.

Kata kunci: generasi milenial, konvergensi simbolik, media sosial, selebgram, tema fantasi

ABSTRACT

Social media has succeeded in building its own reality in cyberspace. It is side by side with the real world as a result of communication between individuals in interpreting real-world reality which is uploaded into "content" on the social media. Some uploads from celebrities Instagram are a relationship between idols and their fans which strengthens the occurrence of symbolic convergence and cohesive group awareness, because all of celebrities Instagram become influencers for the millennial generation. The purpose of this study is to discover the construction of symbolic reality from various celebrities Instagram as the influencers of millennial generation on the social media through fantasy themes that raise the shared awareness and shared symbolic reality. The method used in this study was the narrative paradigm with interpretive data collection. It also employed analytical approaches through Fantasy Theme Analysis (FTA). The objects of this study were three celebrities: Awkarin, Princess Syahrini, and Raden Rauf with a consideration of having many followers, active social media, and being phenomenal. The results of this study indicate that celebrities build interaction with their fans by utilizing fantasy themes to produce togetherness, closeness, meaning, motives, and shared feelings as a result of the construction of shared symbolic reality.

Keywords: millennial generation, symbolic convergence, social media, celebrity instagram, fantasy themes

PENDAHULUAN

Kehadiran media sosial merupakan salah satu penanda determinasi dari perkembangan teknologi dan internet di tengah kehidupan manusia. Medium ini tidak hanya mentransformasi kehidupan nyata menjadi virtual tetapi media morfosis yang dipopulerkan Roger Fidler serta merupakan bukti mengubah cara berkomunikasi dan bersosialisasi

manusia (Fidler, 2003). Fenomena media sosial (dunia maya) tidak hanya menjawab kebutuhan akan medium komunikasi-interaksi sekaligus sosial bagi pengguna, namun telah berdampak kepada masyarakat di dunia nyata berupa konstruksi realitas melalui pertukaran simbol sehingga terjadi pergeseran nilai dan makna baru di masyarakat saat ini.

Generasi Milenial adalah generasi

yang lahir di antara 1980 hingga 2000 dan saat ini hampir mengisi setengah populasi usia produktif di Indonesia. Generasi milenial atau sering disebut juga generasi Y, memiliki perbedaan yang jauh dengan generasi-generasi sebelumnya, bukan masalah pada perbedaan umur tetapi lebih jauh pada masalah cara pandang terhadap dunia, mindset, konsep diri, sikap, dan perilaku. Hal ini dipengaruhi juga dengan hadirnya teknologi saat generasi ini mulai beranjak remaja atau dewasa, sehingga dapat diasumsikan bahwa generasi ini adalah generasi yang tumbuh bersama teknologi. Dengan demikian, teknologi sudah menjadi bagian dari hidupnya dan tidak dapat dipisahkan.

Konsep yang ditawarkan Fidler salah satunya untuk memahami mediamorfosis adalah koevolusi. Mediamorfosis terkait dengan kode-kode yang ada dalam proses komunikasi. Kode itu disebut bahasa. Bahasa dalam perkembangan media telah berubah dari bahasa lisan atau tulisan menjadi bahasa digital. Bahasa digital ini menjadi *lingua franca* atau bahasa pengantar yang ada di media sosial dan mengantarkan secara radikal bentuk-bentuk baru akibat komunikasi dalam jaringan global (Nasrullah, 2017). Bahasa digital menjadi penting dalam interaksi sosial generasi milenial yang dibangun melalui simbol, Bahasa, dan perspektif sentral kehidupannya.

Eksistensi diri di dunia maya menjadi bagian terpenting dalam kerangka berpikir generasi milenial dan menjadi kebutuhan utama dalam berkomunikasi di media sosial bagi generasi milenial ini. Konten untuk membangun eksistensi dapat berupa kegiatan atau aktivitas sehari-hari mulai dari hal yang penting sampai hal yang tidak penting untuk di-*sharing*, berbagi informasi terkini, berbagi perasaan, *achievement*, berbagi informasi pakaian

yang digunakan atau *outfit of the day* (OOTD), berbagi tips dan tutorial, berbagi *features*, dan berbagi lainnya. Konsep “berbagi” oleh generasi milenial yang menjadi bagian dari *mindset* generasi ini dan konsep tersebut yang membedakan dengan generasi-generasi sebelumnya. Konsep berbagi yang nyata dari generasi ini di lapangan, seperti berbagi dalam bertransportasi dengan adanya aplikasi gojek atau grab atau berbagai dalam ruang *privacy* menjadi ruang sewa adanya aplikasi AirBnB.

Dilihat dari teori komunikasi, kehadiran media sosial, mengingatkan salah satu fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial yang berarti penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, menghibur, dan membangun relasi dengan orang lain. Dengan demikian, realitas diciptakan melalui komunikasi. Komunikasi mendramatisasi pesan melalui permainan kata-kata, dan lainnya dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan khalayak dan membangkitkan semangat berinteraksi menjadi bagian dari tema fantasi generasi milenial di media sosial serta komodifikasi isi media di dalamnya.

Tema fantasi yang berhasil didramatisasi menjadi rantai fantasi yang meningkatkan intensitas dan kegairahan partisipan komunikasi dan mendapatkan fans atau *follower* banyak. Hal ini menciptakan terbangunnya simbol-simbol hasil pertukaran pesan melalui fantasi setiap unggahan dari generasi milenial. Simbolik yang muncul merupakan representasi cara pikir dan pandang tentang dunia dari sebuah generasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial.

Tema fantasi dalam kajian komunikasi khususnya konvergensi simbolik memiliki relevansi dengan fenomena berkomunikasi generasi

TABEL I JUMLAH *FOLLOWER* SELEBGRAM DI INSTAGRAM

No	Selebgram	Jumlah <i>follower</i>
1	Awkarin	4.3 Juta
2	Syahrini	23 Juta
3	Raden Rauf	890 Ribu

milenial di media sosial. Proses mengunggah baik video, foto, maupun teks menjadi bagian dari isi atau konten media dalam media sosial, seperti fantasi-lelucon, cerita, analogi, ritual, dan permainan kata-kata akan membawa ke arah pemusatan makna dan perasaan dari para generasi milenial yang terlibat di dalamnya. Pemusatan makna melalui pertukaran fantasi menciptakan realitas simbolik bersama atau ini yang dinamakan terjadinya konvergensi simbolik dari makna-makna individu terhadap simbol yang di-*upload* melalui media sosial. Dramatisasi dalam setiap unggahan (*upload*) dari generasi milenial menciptakan rantai fantasi yang dapat membentuk generasi ini semakin kohesif dan bahkan dapat memengaruhi masyarakat secara umum di dunia nyata. Fenomena konstruksi sosial dalam konvergensi simbolik dinamakan *rhetorical visions*. Tema fantasi telah berkembang dan melebar keluar dari kelompok yang mengembangkan fantasi tersebut pada awalnya. Pengembangan ini tentunya dipengaruhi berbagai faktor, salah satu di antaranya peran tokoh-tokoh yang terlibat (*dramatis personae* atau *character*) sebagai agen sosial dalam medan sosial. Dalam hal ini agen sosial yang dimaksud adalah selebgram atau selebriti yang lahir dari popularitas di media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, atau Youtube.

Tema fantasi dikonstruksi oleh selebgram melalui *sharing* pengalaman atau aktivitas, *update* atau informasi terkini, *achievement* atau penghargaan/prestasi, *sharing* perasaan sedih

atau gembira, tutorial, berbagi tips, dan sebagainya. Tema-tema fantasi tersebut menjadikan selebgram memiliki *positioning* yang kuat ketika memengaruhi sensasi-persepsi generasi milenial dalam mengonstruksi realitas melalui konvergensi simbolik. Transaksional komunikasi antara selebgram dan fans atau pengikutnya dalam istilah media sosial adalah *follower*-nya, melalui bentuk umpan balik berupa *like*, *comment*, *direct message*, *share*, *repost*, *pooling*, *question box*, dan lainnya. Transaksional tersebut memperkuat pertukaran fantasi yang membentuk realitas simbolik bersama dan kohesif di antara mereka.

Dalam penelitian ini, selebgram yang diambil sebagai objek penelitian adalah Karin Novilda (Awkarin), Rini Fatimah (Princess Syahrini), dan Raden Rauf. Ketiga selebgram ini dinilai tinggi intensitas dalam bermedia sosial dan sukses dalam menciptakan tema-tema fantasi yang nantinya menjadi komoditas isi media dalam interaksi sosial pada generasi milenial. Data yang dianalisis berbentuk video, foto, dan *caption* dari ketiga instagram selebgram tersebut. Kemudian, peneliti akan menganalisis dengan Fantasi Theme Analysis (FTA) dan diakhiri dengan pendekatan komodifikasi isi media.

Kehadiran selebgram dalam interaksi sosial di antara generasi milenial mengakibatkan generasi tersebut dapat memproduksi dan mengonsumsi konten pada media sosial menambah kreatif dan dinamis. Hampir setiap konten milenial memproduksi simbol yang

merepresentasikan pola pikir mereka dalam memahami realitas sosial seperti pola komunikasi untuk membangun kesadaran bersama, kemampuan dinamis dari fantasi-fantasi terkait dengan realitas simbolik yang dibangunnya, serta saling berbagi fantasi di antara milenial untuk mengekspresikan kebersamaan. Produksi simbol ini menjadi bagian dari konvergensi simbolik yang dikonstruksi secara tidak langsung oleh generasi milenial

Proses pertukaran pesan melalui komunikasi simbolik di media sosial oleh milenial mengarah kepada terjadinya komodifikasi konten yang terkesan *chaos*. Namun, jika dianalisis memiliki struktur dan pola dalam membangun makna baru. Dari makna baru inilah menjadi sebuah representasi generasi milenial. Pertukaran pesan ini dapat menimbulkan kesadaran kelompok yang menghasilkan makna, motif, dan persamaan bersama, melalui proses konvergensi simbolik.

Identifikasi Masalah

Generasi milenial menganggap bahwa media sosial merupakan sarana untuk membagi ide, pengalaman, cerita, gurauan dan lainnya untuk berkomunikasi, dan berekspresi untuk mengungkapkan emosi dan perasaan. Dalam pelaksanaan itu generasi milenial mengolah kembali pesan dramatisasi yang ingin disampaikan baik melalui permainan kata-kata, cerita, maupun analogi dalam menghidupkan interaksi pada media sosialnya. Keheterogenan pengguna media sosial menciptakan interaksi sosial dan pertukaran berbagai fantasi ini menjadi kompleks dan menimbulkan proses konvergensi simbolik. Kesadaran dalam menciptakan atau memproduksi dramatisasi pesan, lalu didistribusikan, dan dikonsumsi menjadi bagian dari komodifikasi konten untuk menunjang eksistensi generasi milenial dalam mempertukarkan

nilai guna konten menjadi nilai tukar konten sesuai dengan cara pandang dan kebiasaan generasi milenial terhadap realitas sosial yang ada.

Keberadaan media sosial bagi milenial merupakan medium yang memungkinkan mereka untuk merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual yang kreatif, dinamis, mau berbagi. Hampir setiap konten milenial memproduksi simbol yang dapat membangun kesadaran bersama, kemampuan dinamis dari fantasi-fantasi terkait dengan realitas simbolik yang dibangunnya, serta saling berbagi fantasi di antara milenial untuk mengekspresikan kebersamaan.

Keunikan generasi milenial adalah kemampuan dalam mengemas konten dari kehidupan sehari-hari mereka untuk berbagi ide, pengalaman, motif, makna, serta perasaan kebersamaan diubah menjadi komoditas dalam berkomunikasi di media sosial. Hal itu, telah menggeser nilai dan makna yang sudah ada pada tataran kehidupan sosial nyata. Namun, adanya media sosial memicu *fantasy theme* ini dipertukarkan nilai dan maknanya, bahkan beberapa konten diakui melahirkan sebuah makna baru bagi kalangan generasi milenial melalui konstruksi sosial dari dunia virtual ke dunia nyata.

Tujuan penelitian ini adalah (1) menganalisis interaksi selebgram sebagai *influencer* generasi milenial di media sosial melalui pertukaran pesan berupa tema fantasi yang menimbulkan kesadaran kelompok pengikutnya (*follower*) dan menghasilkan makna, motif, serta persamaan bersama; (2) mengetahui realitas yang diciptakan secara simbolik oleh selebgram di media sosial; (3) mengetahui rangkaian tema fantasi selebgram yang didramatisasi

menjadi rantai fantasi dan membentuk realitas bersama pada masyarakat luas.

Tinjauan Pustaka

Konvergensi Simbolik

Teori ini digagas oleh Ernest G Bormann dengan pokok teori adalah bertukar fantasi-lelucon, cerita, analogi, ritual, atau sekadar permainan kata-kata akan membawa pada pemusatan makna dan perasaan dari orang-orang yang terlibat (Littlejohn, 1996). Keterlibatan dengan tema fantasi yang berkembang dalam sebuah kelompok akan memengaruhi perasaan yang sama dan memberikan reaksi yang sama dengan kelompok tersebut. Misalnya kita dapat tertawa saat ada lontaran *inside joke* dari seorang komedian (*comic*) pada acara *stand up* komedi. Hal ini bukan karena kita ikut tertawa melainkan karena gambaran atau makna tentang *joke* itu dalam kepala kita sama dengan yang ada dalam benak penonton lain. Kekuatan dalam *inside joke* dari komedian ini berusaha menciptakan realitas melalui simbol-simbol yang ada dalam kehidupan sehari-hari dan mengerucut ke dalam konvergensi simbolik. Menurut Bales (Kidd, 2004) tema fantasi yang terpenting memiliki fungsi mengurangi ketegangan kelompok (*tension release*) dan mampu mengubah menjadi kesolidan kelompok. Kata *fantasi* dalam teori ini tidak diartikan kebohongan, tetapi sebagai tindakan sadar yang kreatif dan imajinatif dalam memberikan makna terhadap peristiwa terjadi (Watson dan Hill, 2000).

Dalam teori konvergensi simbolik terjadi pertukaran pesan yang memunculkan kesadaran kelompok yang berimplikasi pada munculnya makna, motif, dan perasaan kebersamaan (Hirokawa dan Poole, 1986). Penggunaan media sosial oleh generasi milenial telah menciptakan medan sosial untuk terjadi proses pertukaran pesan melalui berbagai simbol dalam bentuk *sharing*

atau berbagai pengalaman, ide, perasaan, dan lainnya sehingga menghasilkan kesadaran simbolik. Kesadaran ini yang menjadikan semacam makna baru, emosi, dan motif untuk bertindak bagi orang-orang yang terlibat di dalamnya. Dengan kata lain terjadi konvergensi yang dapat menciptakan realitas simbolik bersama.

Ketika unggahan atau unggahan di media sosial berhasil dimunculkan oleh seorang milenial, maka secara tidak langsung menjadi bagian dari proses komunikasi berupa sensasi sebuah stimulus yang siap dipersepsi oleh pengguna media sosial (milenial lainnya). Dengan demikian berbagai pikiran saling bertemu dan mulai bergerak ke arah penggunaan simbol yang sama dan ini akan meningkatkan saling pengertian di antara orang-orang yang terlibat, khususnya di antara generasi milenial. Saling pengertian inilah yang kemudian menjadi terciptanya kesadaran bersama serta kesamaan pikiran dan perasaan tentang hal yang diperbincangkan. Bagi generasi milenial teknologi adalah bagian dari kehidupan mereka dan sangat bergantung pada teknologi. Kebiasaan mengunggah apa pun yang ada dan menarik di sekitar lingkungan milenial, mendorong terjadinya fenomena pertukaran pesan yang memunculkan kesadaran kelompok (generasi milenial) dan berujung pada membangun secara kolektif kesadaran simbolik bersama.

Berkaitan dengan teori konvergensi simbolik, setiap unggahan dari seorang milenial menjadi bahan terjadinya pertukaran fantasi dalam rangka membentuk kelompok milenial yang kohesif dan memicu terjadinya interaksi kelompok yang baik. Fantasi dalam hal ini dapat berupa ide, cerita, gurauan, pengalaman, dan lainnya yang mengungkapkan emosi atau mengandung emosi dari seorang milenial. Sifat dan keterbukaan dari generasi milenial seperti mau *sharing* pengalaman

termasuk privasi (Youtube/Instagram), *sharing* mobil pribadi (Gocar/Goride), dan hal lainnya mendukung terjadinya fantasi dalam konvergensi simbolik.

Fantasi yang rutin dan intens yang diunggah (*upload*) oleh milenial menjadi komoditas di media sosial, bahkan menjadi komodifikasi isi media ketika setiap unggahan (*upload*) diharapkan mendapat respons yang dapat menyenangkan khalayak. Contohnya mendapat banyak *follower* atau mendapat banyak *like*. Bahkan beberapa milenial menciptakan dramatis pesan yang sensasional dan spektakular demi mendapatkan jumlah *follower* atau *like* yang banyak. Dari sinilah penelitian ini akan melihat bagaimana komodifikasi isi media berelasi dengan tema fantasi dalam teori konvergensi simbolik.

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui bentuk dan pola-pola komunikasi yang menunjukkan kesadaran kelompok generasi milenial di media sosial. Bentuk dan pola komunikasi dari pertukaran fantasi (pesan yang didramatisasi) hingga menjadi bagian dari komodifikasi isi media yang dapat memunculkan kesadaran kelompok (generasi milenial) dan berimplikasi pada hadirnya makna baru, motif, serta perasaan bersama. Selanjutnya, penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi rekomendasi serta membangun literasi media digital khususnya media sosial dikalangan generasi milenial sebagai generasi penerus bangsa.

METODE

Fenomena komunikasi pada generasi milenial ini, tampak sederhana namun kompleks. Hal itu disebabkan terjadi kedinamisan dalam perubahan sosial di masyarakat pada era teknologi digital serta kedinamisan dalam perkembangan keilmuan untuk penentuan dan pendekatan teori guna meneliti fenomena generasi milenial ini.

Berdasarkan asumsi Bormann (1985) bahwa yang mendasari teori konvergensi simbolik adalah pertama, realitas diciptakan melalui komunikasi, dalam hal ini komunikasi dapat menciptakan realitas melalui relasi antarkata yang digunakan untuk menyampaikan pengalaman atau pesan tertentu. Kedua, Makna individu terhadap simbol dapat mengalami konvergensi (penyatuan) sehingga terjadi realitas bersama. Dengan demikian, tema fantasi yang menjadi pesan dipertukarkan oleh generasi milenial di media sosial. Menurut teori ini tema fantasi merupakan susunan narasi atau cerita yang harus dipercayai, diperbincangkan, diproduksi, dikonsumsi, serta dibagikan (*share*) di antara generasi milenial.

Selain dua asumsi di atas, Borman (1986) menyebutkan terdapat enam asumsi epistemologi yaitu (1) makna, emosi, dan motif bertindak ada pada isi pesan yang ternyata dengan jelas; (2) realitas diciptakan secara simbolik; (3) rantai fantasi menciptakan konvergensi simbolik dalam bentuk dramatis; (4) analisis tema fantasi adalah metode pokok dalam menangkap realitas simbolik; (5) tema fantasi dapat terjadi dalam berbagai wacana yang dikembangkan; dan terakhir (6) terdapat tiga visi analog master yakni *righteous*, sosial, dan pragmatik.

Konsep tema fantasi sebagai sebuah metode disebut Fantasi Theme Analysis (FTA) oleh Bormann. Untuk mengoperasionalkan teori ini, perlu ditempuh dan dipahami terlebih dahulu mengenai Fantasi *Theme* (dramatisasi pesan) yang dapat membangun semangat berinteraksi di antara generasi milenial dalam berkomunikasi di media sosial. Kemudian dilanjutkan dengan menganalisis Fantasi *Chain* (rantai fantasi) dengan ditunjukkan adanya peningkatan intensitas tempo percakapan. Selanjutnya menganalisis

Fantasy Type untuk dapat mengetahui kerangka narasi dari pengulangan tema fantasi di dalam kultur generasi milenial. Terakhir dapat dianalisis *rhetorical visions* (visi retorik) berkaitan dengan tema fantasi yang telah berkembang dan melebar keluar kelompok menjadi fantasi masyarakat luas.

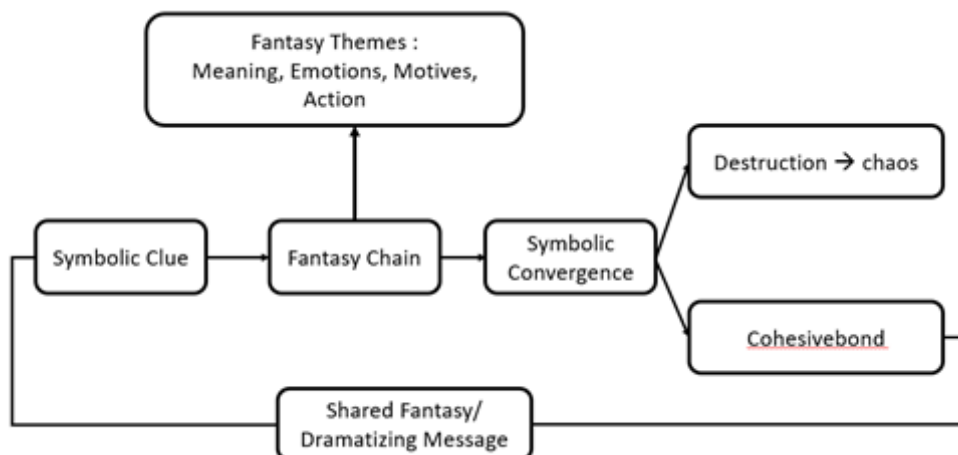
Dari empat tahap tersebut, dilanjutkan dengan pendekatan teori dari komodifikasi isi media yang memberikan penekanan mendalam terhadap hasil temuan analisis sebelumnya. Untuk kategori teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah bersifat paradigma naratif dengan mementingkan pengumpulan data interpretif ketimbang data kuantitatif yang sangat rasional. Dengan demikian, berdasarkan kerangka paradigma ini, tercakup studi kasus, analisis retorik baik visual maupun verbal, lalu data visual berupa *screenshot* dari media sosial yang telah dipilih random, dan analisis terhadap berbagai cerita yang berkembang di dalam dan di antara anggota suatu kelompok atau generasi milenial (Bormann, 1986).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menganalisis pertukaran tema fantasi oleh selebgram dilakukan beberapa tahap, yaitu pertama

merelasikan unsur dalam teori konvergensi simbolik dengan subjek penelitian. Pada tabel II menunjukkan ketiga selebgram ini memiliki unsur-unsur dalam teori konvergensi simbolik.

Selebgram Awkarin mengunggah dengan kemunculan yang fenomenal pada tahun 2015, yang mengakibatkan banyak *influencer* di Instagramnya. Awal karier Awkarin, dimulai dengan mengonstruksi identitas sebagai *bad girl*, melalui gaya pakaian yang serba terbuka dan memperlihatkan gaya pacaran yang bebas sebagai bagian dari dramatisasi pesan dalam membangun tema fantasi. *Image* negatif sebagai seorang *bad girl* menambah isu dan viral muncul kepermukaan dan menjadi perbincangan. Perbincangan ini menjadikan proses konstruksi pesan menjadi tema fantasi yang dipertukarkan dan bahkan menjadi rantai fantasi. Namun, Awkarin kembali membuat fenomenal pada tahun 2018 dengan membangun isi pesan dalam instagramnya menjadi *good girl* mengubah citra diri di media sosial serta memanfaatkan *follower* yang sudah banyak menjadi pengikut setianya. Prokontra dari pengikut setia dan bahkan *haters*-nya menciptakan kembali tema fantasi baru. Pertukaran fantasi yang berjalan menjadi sebuah komodifikasi



Gambar 1 Bagan *Symbolic Convergence Theory*

TABEL II ANALISIS UNSUR TEORI KONVERGENSI SIMBOLIK

No	Selebgram	Teori Konvergensi Simbolik			
		Isi Pesan	Dramatisasi	Rantai Fantasi	Symbolic clue
1	Awkarin	Mengonstruksi Perubahan identitas dari <i>Bad Girl</i> menjadi <i>Good Girl</i> dengan Gaya hidup milenial	Permainan kata dan <i>sharing</i> pengalaman hidup	<i>Trendsetter fashion & gaya hidup bagi follower</i> generasi milenial	Muda, Bebas dan Kreatif
2	Syahrini	Mengonstruksi Selebritis papan atas	Permainan kata dan visual membangun hedonitas	<i>Trendsetter</i> permainan kata-kata, dan viral	Princess
3	Raden Rauf	Mengonstruksi Seorang laki-laki yang asik, gokil, dan bijak	Sajak, Gombalan dan Tips	Caption dan instastory “ngeselin”	Om Auf Ayah yang Asik Hot Daddy,

isi pesan mengubah nilai dan makna. Awkarin sukses mengembangkan tema fantasi.

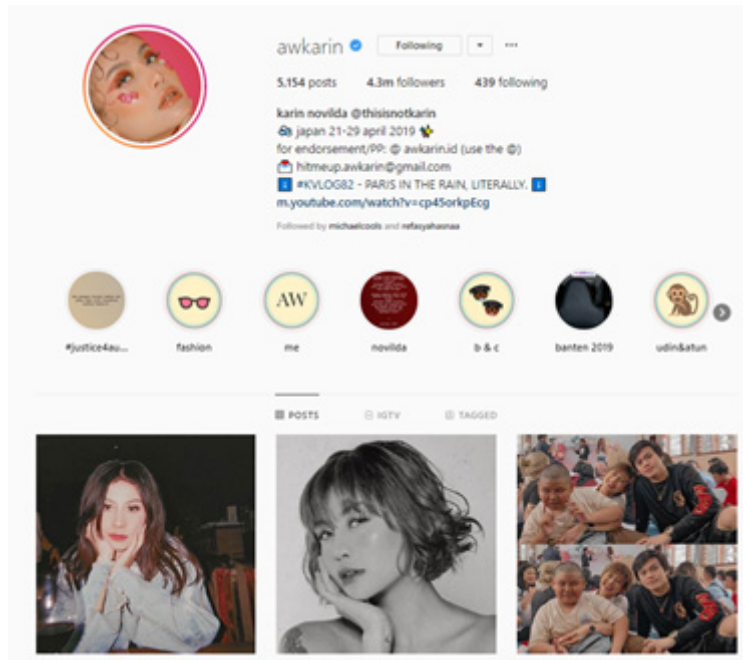
Selebgram Syahrini berhasil mengonstruksi realitasnya dan menjadi selebritas terkenal dengan permainan kata-katanya yang memviral atau dapat disebut dengan jargon. Produksi tema fantasi dari selebgram ini diciptakan dengan adanya permainan kata-kata, lelucon, dan lainnya melalui media sosial seperti televisi, youtube, maupun instagram pribadinya, sehingga para penggemarnya menjadikan hal tersebut komoditas yang dipertukarkan. Tema fantasi lain dari Syahrini adalah mempertahankan eksistensinya dengan gaya hidupnya yang mewah seperti menggunakan barang-barang *branded*, mengoleksi mobil mewah, memiliki jet pribadi, dan sering berlibur ke luar negeri. Dramatisasi pesan dalam berkomunikasi, Syahrini dinilai memiliki kemampuan sebagai komunikator andal, terbukti setiap jargon-jargon yang ia lontarkan selalu viral di pasaran. Bahasa-bahasa yang digunakan pada kesehariannya untuk menyapa para penggemarnya dengan jumlah 23 juta orang selalu tersampaikan dengan baik, sehingga para

penggemarnya mampu berkomunikasi menggunakan gaya bicara seperti Syahrini. Ia menggunakan kata-katanya untuk mengonstruksi realitas yang hedonis, lalu berbagi pengalaman keseharian Syahrini ketika syuting, pergi ke salon, ataupun mengikuti acara-acara mewah terunggah dalam Instagram pribadinya. @Princessyahrini, menjadikan rantai fantasi yang berkelanjutan dan menjadi konten yang ditunggu dan ditiru sebagai bagian dari realitas simbolik bersama.

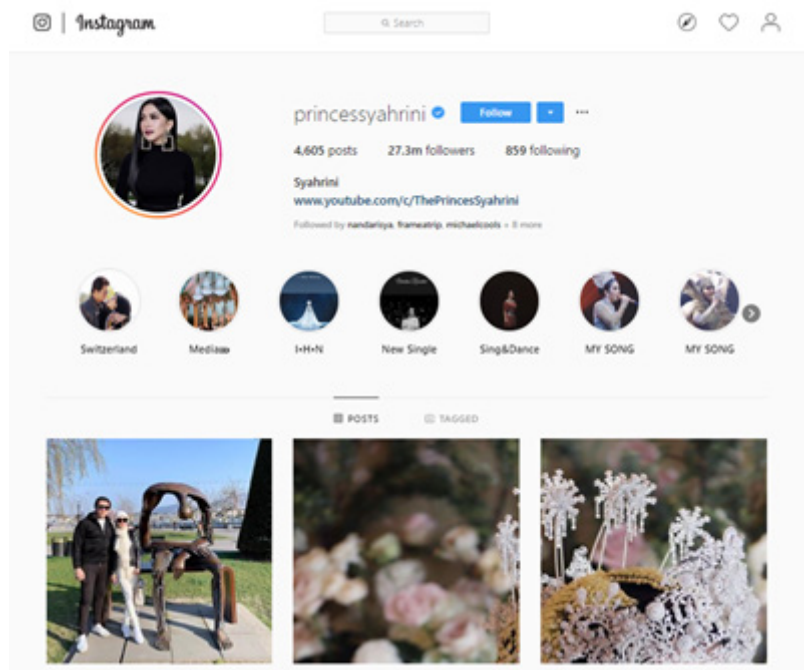
Tema fantasi selebgram Raden Rauf atau dipanggil nama Om Aup oleh para *followers*-nya dibangun melalui Instagram dengan menghasilkan sajak, “gombalan” anak muda sekarang, dan terkadang juga berbagi tips. Kehangatan antara penggemar dan selebgram ini difasilitasi oleh Instagram. Rauf sering membuat Instagram Story di setiap awal harinya dengan menyapa para *followers*-nya dengan “Halo gaes”, yang kemudian pada *next story*-nya memberikan *question box Q & A* untuk menampung segala pertanyaan *followers*-nya. Tidak hanya menyapa dan menjawab pertanyaan *followers*-nya melalui Instagram Story saja, tetapi ia juga menyapa langsung para *followers*-nya melalui *live* instagram, bahkan hingga

live bersama. Secara tidak langsung, Raden Rauf ini membangun citra dirinya yang diperlihatkan kepada *followers*-nya melalu *instagram story* dan konten *feeds* di Instagramnya, serta melakukan interaksi langsung bersama *followers*-nya melalui Instagram. Percakapan itu dilakukan setiap hari saat perjalanan berangkat ke

kantor dan selepas pulang dari kantor di dalam mobil atau bahkan sembari jalan-jalan bersama keluarga sehingga menjadi bagian berbagi pengalaman dan menjadi bagian dari proses terbentuknya tema fantasi. Raden rauf mengajak *follower*-nya untuk membangun realitas simbolik bersama secara intensif setiap harinya.



Gambar 2 *Screenshot* Instagram Awkarin



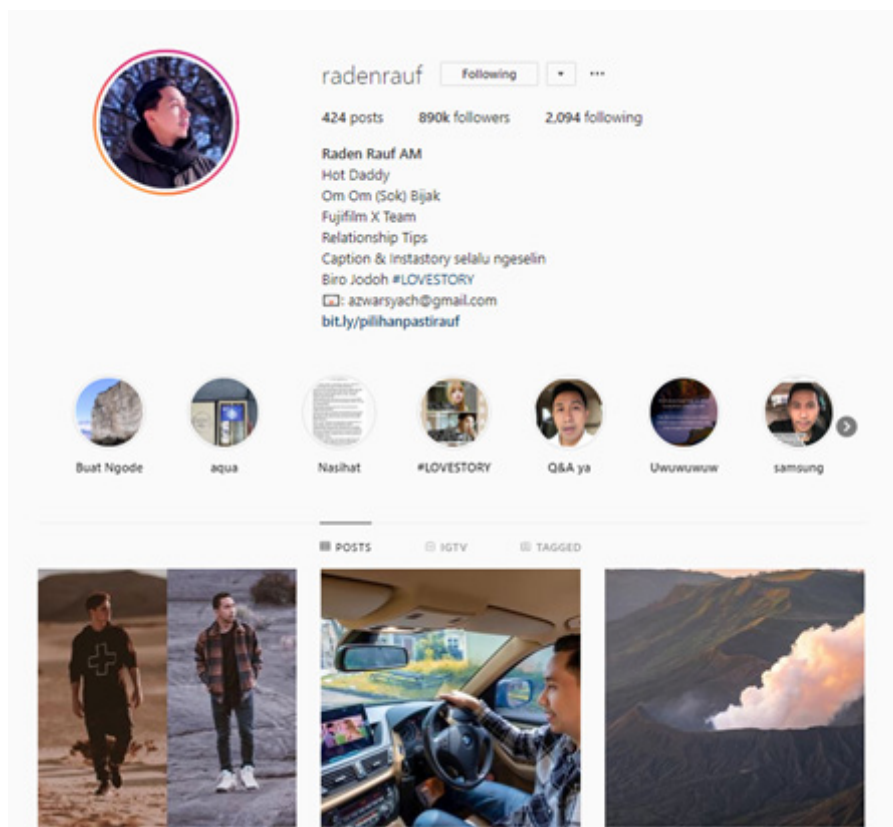
Gambar 3 *Screenshot* Instagram Syahrini

Keberadaan selebgram dalam struktur media sosial memberikan arti tersendiri dilihat dari posisi sebagai orang yang memiliki pengaruh kuat atau dalam terminologi komunikasi massa adalah sebagai *opinion leader*. Saat ini, selebgram sering disebut sebagai *influencer* dalam rangkaian komunikasi di media sosial. Relasi selebgram dengan penggemar (*follower*) hampir sama ketika zaman *offline* era radio atau televisi berjaya. Penggemar merupakan sekelompok orang sebagai pemuja. Penggemar, sekarang, tidak mengumpulkan poster para pemain basket untuk dipajang di kamarnya ataupun mengumpulkan koleksi kartu, tetapi mereka memuja berupa *follow*, *me-like*, memberi komentar, *repost*, dan lainnya melalui media sosial.

Jumlah *follower* menjadikan kekuatan selebgram untuk eksistensi di dunia maya, tetapi tidak jarang adanya kehadiran *haters* atau orang yang

tidak suka menjadi bagian yang dapat memviralkan eksistensi selebgram tersebut. Hal itu, tidak menjadi berdampak negatif, tetapi sebaliknya membuat eksistensi selebgram semakin meningkat.

Untuk mempertahankan eksistensi dan menambah jumlah *follower*, para selebgram membuat berbagai cara sehingga terjadi kedekatan secara emosi dengan penggemar dan memenuhi keinginan penggemar. Realitas penggemar ini muncul dari adanya emosi yang terbangun hasil pertukaran tema fantasi yang produksi oleh selebgram kepada penggemar. Media sosial termasuk instagram merupakan medium yang dapat mempertemukan penggemar dengan idola mereka (selebgram). Dalam kajian *culture study*, kita dapat melihat bahwa posisi selebgram atau idola merupakan agen sosial dan instagram menjadi medan sosial untuk berkomunikasi dengan penggemar. Instagram menciptakan tema



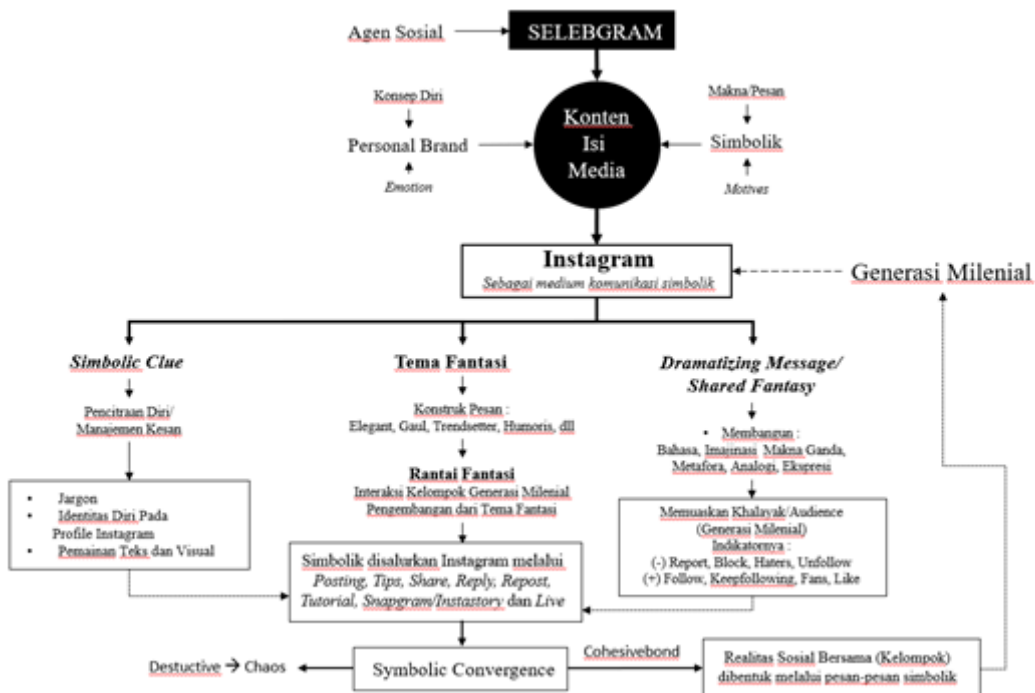
Gambar 4 Screenshot Instagram Raden Rauf

fantasi untuk membangun kedekatan dan terjadinya konvergensi simbolik sehingga menimbulkan kohesi di antara penggemar (gambar 5).

Dari perspektif pengguna, dalam hal ini generasi milenial, instagram merupakan medium untuk dapat terkoneksi langsung pada akun idola sehingga penggemar dapat mengikuti aktivitas, berita terbaru, serta berinteraksi langsung dengan idolanya. Melalui akun @radenrauf, selebgram ini menyapa penggemarnya setiap pagi dengan sapaan “Hallo Gaes” dan membuka interaksi melempar pertanyaan atau menjawab pertanyaan penggemar. Dalam berinteraksi, Raden Rauf sering menjawab dengan pembawaan serius (sok bijak) dan diakhiri dengan guyonan untuk mencairkan suasana yang mungkin diawal interaksi terasa menyindir atau kaku. Pola komunikasi seperti ini sejalan dengan tujuan dari konvergensi simbolik adalah untuk membangun realitas sosial bersama. Tema fantasi lain yang dilakukan oleh selebgram ini dibangun

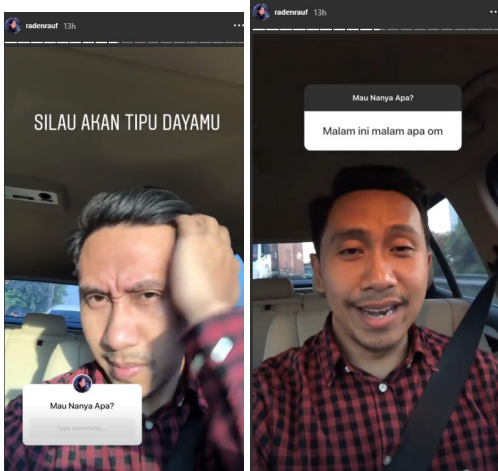
melalui fitur *Questionbox Q&A* dan *Stories* dalam Instagram. Namun, manajemen ‘kesan’ yang dibangun oleh selebgram ini sangat konsisten sehingga memperkuat citra diri melalui *symbolic clue* berupa jargon dan permainan kata. Dalam tabel di bawah, dapat dilihat bagaimana selebgram ini membangun tema fantasi dengan menjawab pertanyaan mulai dari sangat bijak, guyonan, namun terkadang memotivasi *follower* atau penggemarnya.

Penggemar Raden Rauf sering merasa terhibur dengan jawaban atau unggahannya, sehingga dari guyonan ini menimbulkan keakraban di antara penggemar dan idola. Fitur dari Instagram, seperti *postingan, share, reply, repost, snapgram, instastory, dan live*, memfasilitasi komunikasi antara penggemar dan idola semakin intensif dan dekat. Melalui fitur ini, tema fantasi sangat mudah berkembang dan bahkan tidak sulit untuk menjadi rantai fantasi. Dilihat dari sisi selebgram sebagai *public figure*, mereka membutuhkan panggung



Gambar 5 Skema Proses Konvergensi Simbolik Selebgram dan Tema Fantasi

TABEL III TEMA FANTASI DARI @RADENRAUF DALAM QUESTIONBOX UNTUK MENYAPA PENGEMARNYA

Screenshot Questionbox	Pertanyaan	Jawaban @radenrauf
	<p>Malam ini malam apa om?</p>	<p>Malam ini malam Jumat tanggal dua lima.</p> <p>Kamunya udah merasa dekat, eh dia balikan sama mantannya..</p> <p>Hahaha..</p>
<p>Tema Fantasi</p>		
<p>Pertanyaan dari penggemar, oleh Raden Rauf dijawab dengan pantun dan diakhiri dengan guyonan.</p>		

Analisis :

Konstruksi Pesan : Humoris dan Sok Bijak

Interaksi ini untuk membangun tema fantasi bersama penggemar dan semakin akrab dalam berinteraksi menjadikan tema fantasi ini sebuah rantai fantasi yang membangun kohesif di antara penggemarnya.

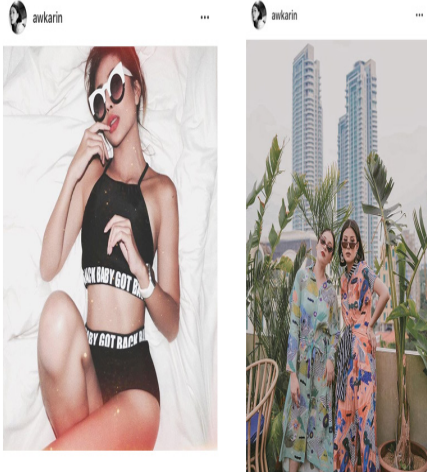

untuk berekspresi, tampil, dan eksis, sedangkan penggemar atau *follower* (fans) terhadap idolanya menginginkan informasi terbaru. Informasi tersebut dapat berupa aktivitas, *sharing* perasaan, sapaan, atau respons jawaban dari sang idola. Hal ini menunjukkan realitas budaya penggemar berjalan sebagai sebuah proses konsumsi-produksi komodifikasi isi media melalui simbol-simbol yang dibangun melalui tema fantasi.

Awkarin sebagai selebgram dalam membangun identitas dirinya sebagai *influencer* melakukan tawaran tema fantasi kepada para generasi milenial sebagai penggemarnya. Dalam awal kariernya, tahun 2015, melalui akun Instagram @awkarin, ia mengonstruksi *image* sebagai *Bad Girl*. Dengan *image* tersebut, dikonstruksi simbol-simbol

kebebasan dan kenakalan melalui unggahan, menggunakan pakaian serba terbuka, gaya berpacaran yang bebas, gaya bicara yang kasar, dan lainnya. Tidak sedikit para generasi milenial yang membencinya, mengkritik, dan menghujat. Mereka merupakan bagian dari haters. Namun, di sisi lain terdapat juga penggemar yang memujanya, menirunya, membelanya. Mereka itulah merupakan bagian dari fans atau *followers*. Kedua karakter penggemar ini, bagi selebgram Awkarin sama-sama menguntungkan karena keduanya dapat menambah viral, bahan perbincangan, dan bahkan menambah jumlah *follower* atau membenci di dalamnya.

Dari perubahan *image* di atas, Awkarin menawarkan tema fantasi yang berkaitan dengan *image* yang dikonstruksinya saat itu. Kesan *Bad*

TABEL IV KOMPARASI PERUBAHAN CITRA AWKARIN

Tahun 2015	Tahun 2018
<i>Image "Bad Girl"</i>	<i>Image "Good Girl"</i>
Ciri Visual pada Instagram:	Ciri Visual pada Instagram:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Serba terbuka pakaian yang digunakan 2. Gaya pacaran yang bebas 3. Sering menggunakan kata-kata kasar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pakaian Sopan 2. <i>Sharing</i> tentang pengalam, teman, dan keluarga 3. Santun dalam bertutur
Dampak	
Munculnya <i>haters</i> , kritikan pedas, menghujat, <i>unfollow</i> .	mempunyai manajemen artis, produksi hijab, <i>Clothing line</i> , <i>Fans</i> bertambah.
	

Girl dimunculkan dengan simbol-simbol kenakalan dan kebebasan seperti yang terlihat pada gambar.5 di bawah ini. Lagu dengan judul "Bad" bersama Younglex menawarkan tema fantasi dengan kata-kata, "memang gue anak nakal, seringkali ngomong kasar, tapi masih batas wajar". Video ini menjadi rantai fantasi dengan disukai dan dilihat oleh 29.627.907 netizen, 422 ribu orang di antaranya tidak menyukai.

Kontroversial menjadi tema fantasi yang selalu ditawarkan Awkarin ketika pada umur 18 tahun memperlihatkan gaya pacaran yang bebas, bernesraan hingga berciuman, merokok menjadi kebanggaannya, dan

berkata kasar. Tema fantasi lain yang diunggah adalah kehidupan malam melalui instagram dengan penggemar hampir menyentuh 1,5 juta orang. Unggahan tema *clubbing* menjadi bagian hal yang biasa dalam kehidupan Awkarin dan menjadi bagian hal yang menyenangkan, termasuk minuman beralkohol dan mengakibatkan memperkuat sebagai *bad influence*. Kebanggaan akan kenakalan dan menjadi *symbolic clue* yang ditawarkan oleh selebgram Awkarin kepada generasi milenial.

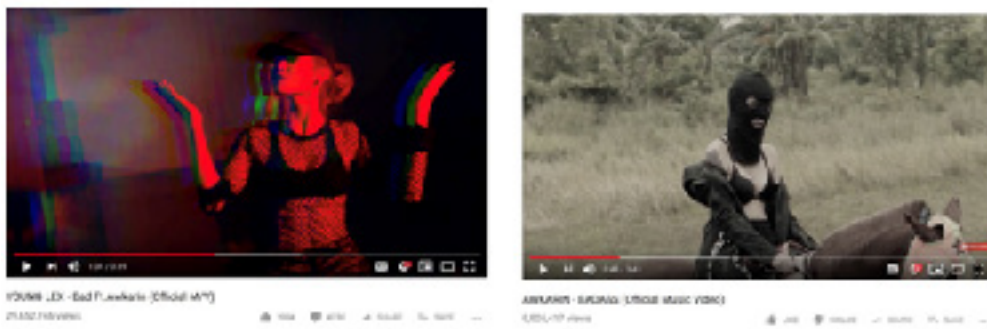
Namun, pada tahun 2018, Awkarin membangun *image* yang mencerminkan *Good Girl* kepada

3,7 juta *follower*. Penampilan menjadi lebih baik, dengan pakaian yang sopan dan tertutup, konten lebih positif dan mengurangi kebiasaan buruk. Rantai fantasi pun dibangun untuk menampilkan image positif mulai dari konten dalam unggahan, feeds, instastory, dan lainnya. Dengan demikian, dari rantai fantasi ini memicu pada interaksi kelompok yang dapat membentuk realitas sosial bersama sebagai hasil dari konvergensi simbolik.

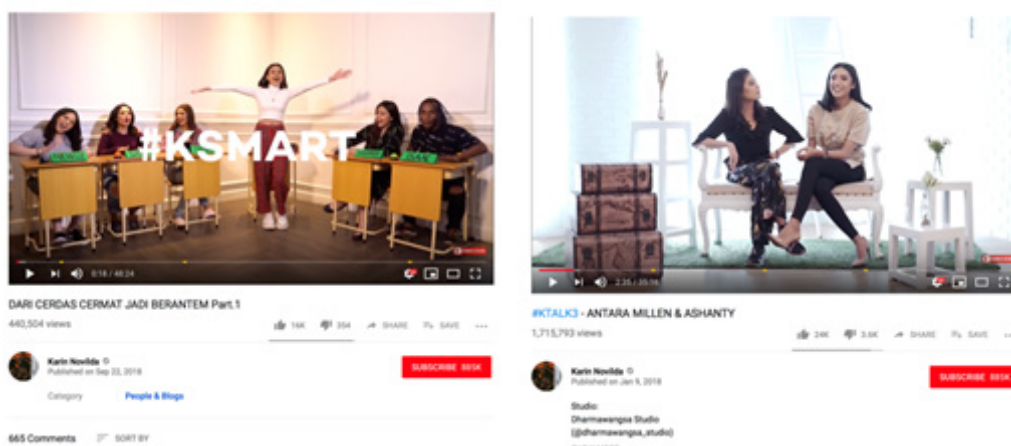
Dampak dari terbangunnya nilai-nilai positif hasil tema fantasi ini, Awkarin berhasil membuka perusahaan bernama A-team Management dan memiliki 22 *talent* yang siap diorbitkan menjadi entrepreneur. Selain itu, Awkarin juga membuat bisnis lain band kerudung “Hally by Awkarin”.

Dilihat dari segi jenis tema fantasi yang dikonstruksi oleh selebgram, Syahrini memiliki keunikan dalam pengembangan tema fantasi di dalam instagramnya. Salah satunya, ia memanfaatkan jargon atau kaya-kata yang viral. Jargon yang diucapkan membangun interaksi sosial dengan generasi milenial. Jargon ini berkembang di kalangan generasi milenial dan menjadi *symbolic cue* atau petunjuk simbolis bersama yang biasanya dipahami bersama. Eksistensi selebgram ini muncul ketika jargon-jargon yang disampaikan dan digunakan akhirnya meluas menjadi fantasi masyarakat luas atau yg disebut *rhetorical community*.

Keberhasilan Syahrini dalam mengembangkan tema-tema fantasi



Gambar 6 Tema Fantasi menggunakan metafora visual untuk membangun *image Bad Girl*



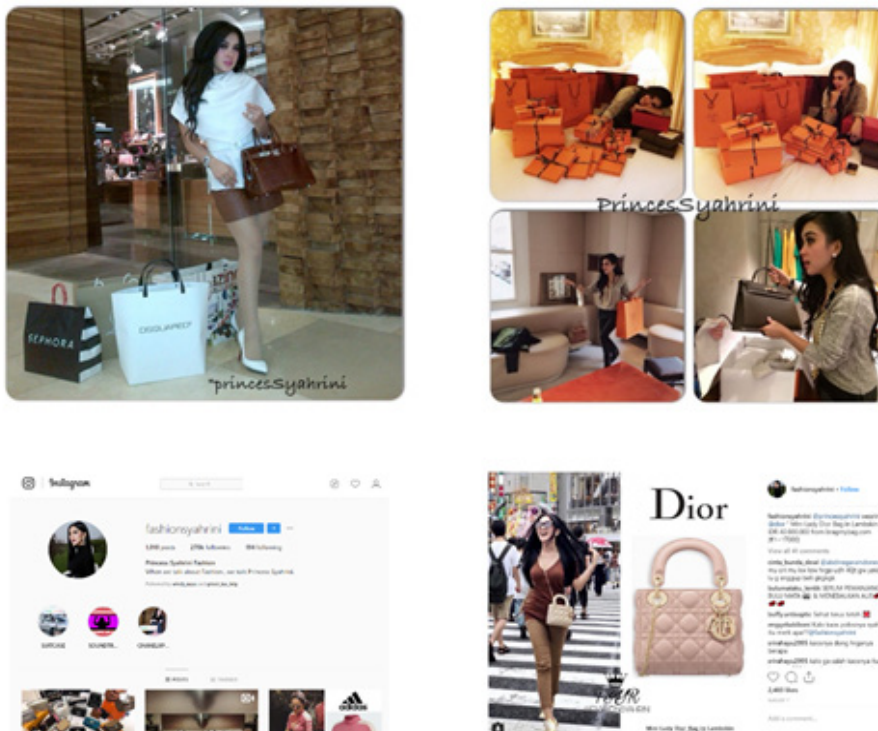
Gambar 7 Tema Fantasi dengan Mengonstruksi *Image Good Girl* pada Tahun 2018

melalui jargon salah satunya, seakan-akan memiliki konsep yang kuat dan sistematis. Kemudian, jargon tersebut menjadi visi retorik yang meluas ke

masyarakat melalui intensitas dan konsistensi melalui akun instagram pribadinya @princessyahrini yang memiliki 23 juta follower. Beberapa



Gambar 8 Unggahan Syahrini dalam Menawarkan Tema Fantasi Melalui Permainan Kata-Kata



Gambar 9 Unggahan Syahrini dalam Menawarkan Tema Fantasi Melalui Barang-Barang Mewah

contoh jargon yang sukses dan viral antara lain, “sesuatu ya”, “hem...seperti itu”, dan “manja”. Kata-kata tersebut sepiantas, hanyalah kata sehari-hari. Namun, melalui selebgram Syahrini, kata-kata tersebut menjadi *dramatizing messages* atau dramatisasi pesan dengan dibumbui, intonasi dan cara pengucapan yang seksi, manja, dan mendesah. Oleh karena itu, hal tersebut merupakan bagian dari proses tema fantasi yang dikonstruksi ke generasi milenial. Setelah viral, tema fantasi ini menjadi bagian dari rantai fantasi yang dapat membentuk realitas sosial bersama.

Permainan kata-kata lain dari Syahrini, antara lain “ciaoobella...”, “*I feel free*”, “gubrak gubrak jeng jeng jeng”, “maju mundur cantik”, dan lainnya. Kata-kata ini menjadi bagian dari *dramatic message*, menurut Bormann bahwa dengan memusatkan perhatian pada pesan yang disampaikan serta proses komunikasi di antara penggemar dapat memunculkan konvergensi fantasi, makna, dan realitas simbolik di antara mereka. Dengan demikian, premis pokok ada pada bagaimana orang-orang berbagi realitas bersama.

Selain kekuatan permainan kata, Syahrini juga membangun tema fantasi melalui *visual dramatic message*, berupa foto-foto dengan atribut, kostum, atau properti untuk membangun kesan elegan, high level, dan bahkan terkesan ‘hedon’ (gambar 8). Hal tersebut dilakukan untuk membuat *symbolic cue* sebagai artis papan atas, elegan, eksklusif, gaul, *trendsetter*, ‘hedon’, dan mewah. Pesan simbolik ini, disalurkan melalui fitur-fitur instagram seperti *posting*, *share*, *snagram*, *instastory*, dan *live*, sehingga selanjutnya menjadi rantai fantasi yang membangun realitas sosial bersama.

Berdasarkan paparan di atas, selebgram dalam membangun interaksi sosial di dunia maya terdapat pertukaran pesan melalui berbagi

realitas, pengalaman, termasuk perasaan selebgram dan menjadi tema fantasi yang menimbulkan kesadaran kelompok dari pengikutnya (*follower*) dan menghasilkan makna, motif, serta persamaan bersama hasil konstruksi realitas simbolik bersama. Tema fantasi Awkarin melakukan pertukaran pesan dan menjadi tema fantasi melalui pergantian *image* dari *bad girl* menjadi *good girl*. Adapun Syahrini sebagai selebgram telah mengonstruksi diri menjadi artis papan atas, dengan menawarkan tema fantasi kemewahan, hedon, elegan, dan eksklusif. Konstruksi ini didukung oleh permainan kata (jargon) yang mendramatisasi pesan dalam berkomunikasi dengan pengikutnya (*follower*). Selebgram Raden Rauf membangun tema fantasi melalui permainan kata guyonan, motivasi, dan puitis untuk berkomunikasi dengan pengikutnya yang didominasi oleh generasi milenial. *Symbolic Cue* dari Raden Rauf sebagai *Hot Daddy* yang “sok bijak” dan humoris, mencirikan komunikasi antara selebgram dan pengikutnya dalam membangun kohesi kelompok. Ketiga selebgram ini, telah mengonstruksi realitas simbolik bersama melalui tema fantasinya dan menjadi influencer bagi generasi milenial.

SIMPULAN

Interaksi selebgram sebagai influencer generasi milenial di media sosial memanfaatkan tema fantasi yang dapat menimbulkan kesadaran kelompok pengikutnya (*follower*) dan menghasilkan makna, motif, serta persamaan bersama. Dengan demikian, para selebgram menciptakan realitas secara simbolik pada generasi milenial melalui media sosial. Realitas simbolik sebagai hasil dari konstruksi tema fantasi yang dilakukan oleh selebgram berkaitan dengan pencitraan diri dan konstruksi identitas diri, sedangkan penggemar (*follower*) dengan adanya tema fantasi

berkaitan dengan proses mimesis (peniruan), identifikasi diri dengan idola, fans, dan acuan dalam memilih trend/gaya hidup.

Selebgram sering mendramatisasi pesan untuk mendapat perhatian dari penggemarnya sehingga berlanjut menjadi rantai fantasi. Rantai fantasi yang semakin luas dan melebar ke masyarakat luas dan membentuk *rhetorical community* dan bahkan membangun realitas simbolik bersama, baik dunia maya maupun dunia nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Baran, S. J. and Davis, D. K. (2009). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future*. Bonton: Wadsworth Cengage Learning.
- Bell, D. (2001). *An introduction to cybercultures*. New York: Routledge
- Boorman, E. (1986). *Symbolic convergence theory and group decision making. dalam Hirokawa and Poole. communication and group decision making*. Newbury Park USA:Sage Publications.
- Boorman, E. (1985). Symbolic convergence theory: A communication formulation. *Journal of Communication* ed.35 hal 128-138.
- Burton, G. (2008). *Pengantar untuk memahami media dan budaya populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Badan Pusat Statistik (2018). *Profile generasi milenial indonesia. statistik gender tematik*. Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Badan Pusat Statistik.
- Halim, S. (2013). *Postkomodifikasi media: Analisis media televisi dengan teori kritis dan culture studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hirokawa, R.Y dan Poole, M.S. (1986). *Communication and group decision making*. Newbury Park USA:Sage Publication.
- Kidd, V. (2004). *Fantasy theme analysis*. Departement of communication studies California State University, Sacramento, USA.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. London: Sage Publication.
- Suryadi, I. (2010). Teori konvergensi simbolik. *Jurnal Academia Fisis Untad* Vol.2 No.2 Oktober 2010.
- Sutrisno, M. dan Putranto, H. (ed). (2005). *Teori-teori kebudayaan*. Jakarta: Penerbit Kanisius.
- Redaksi. (2018). *Riset ungkap pola pemakaian medsos orang indonesia*. Diambil dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/> Diakses 10/04/2019
- Rogers, E.M. (1986). *Communication technology : The new media in society*. New York: The Three Press
- Watson, J. and Anne H. (2000). *Dictionary of media dan communication studies 5th ed*. London: Arnold.