

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Munculnya perkembangan internet membawa cara komunikasi dengan gaya baru kepada kita. Dengan hadirnya media social mengubah paradigma komunikasi di kalangan masyarakat saat ini. Komunikasi yang tidak terikat oleh jarak, ruang, dan waktu. Anda tidak harus bertatap muka kapan saja, di mana saja. Media sosial juga menurunkan status sosial. Sekarang cara berkomunikasi dengan mudah dan cepat dengan mengakses media sosial lewat internet. Semua kalang bisa menggunakan media sosial dari kalangan dewasa hingga anak-anak bisa menggunakan media sosial. Berbagai macam media sosial seperti Instagram, Tiktok, Line, Youtube, Telegram, Twitter, Facebook, Yahoo, Google dan sebagainya. Komunikasi visual sangat digemari oleh banyak orang. Karena komunikasi itu sendiri sebenarnya dapat dipahami dalam konteks yang berbeda. Konsep komunikasi berdasarkan media massa, Bahasa, tulisan, lisan diskusi, bahasa tubuh, dan kode. Istilah komunikasi pada umumnya dapat dipahami sebagai proses menerima pesan dan mengirim pesan antara antara individu atau kelompok, yang tujuannya agar mencangkup informasi.

Sementara visual adalah sesuatu yang dapat dilihat dari beberapa tingkat dari tingkat merasakan, tingkat menseleksi, dan tingkat memahami. tingkat merasakan adalah melepaskan sedikit cahaya yang masuk ke mata kita supaya dapat melihat fenomena disekitar. Tingkat menseleksi adalah memisahkan bagian tertentu dengan melihat sesuatu fenomena supaya mata kita tetap fokus. Sementara tingkat memahami adalah agar kita mengerti apa yang kita tangkap suatu fenomena tersebut.

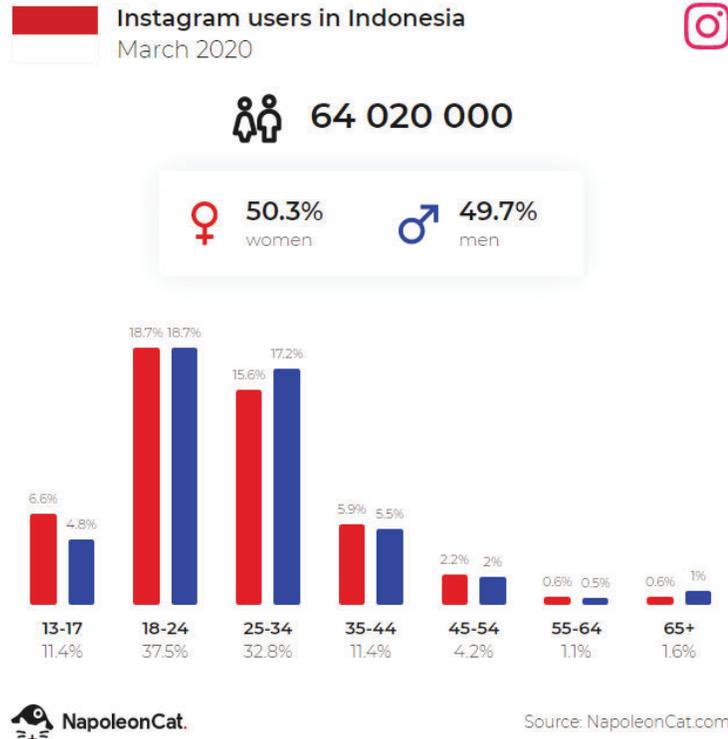
Menurut survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020) , peningkatan jumlah pengguna disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: B. Distribusi infrastruktur internet atau broadband berkecepatan tinggi yang lebih merata di Indonesia dengan melakukan parparing, transformasi digital yang semakin besar melalui pembelajaran online, dan kebijakan telecommuting (bekerja dari rumah) oleh pandemi COVID-19 pada Maret tahun lalu. Hasil dari survei APJII bekerja sama dengan

Indonesian Research Center (ISC) menunjukkan jumlah pengguna internet mencapai 73,7 persen dari populasi Indonesia pada kuartal kedua tahun ini. Jumlah ini mewakili 196,7 juta pengguna Internet dari 266,9 juta penduduk, berdasarkan data BPS.

Peringkat pertama dalam menggunakan internet dengan sebesar 56,4% berada di pulau Jawa yang selalu meningkat dalam penggunaan Internet. Penggunaan internet terbesar kedua berasal dari pulau Sumatera sebesar 22,1%. Kemudian disusul oleh Pulau Sulawesi sebesar 7%, Kalimantan (6,3%), Barinusatengala (5,2%) dan Papua (3%). Sebagian ibu kota negara memiliki penembusan internet yang lebih tinggi dari pada penembusan internet nasional, rata-rata 73,7%. Seperti, Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta 85%. Kota Bandung 82,5%, Kota Surabaya 83%. Hasil dari survei APJII juga mengamati perilaku penggunaan internet terutama dikala efek pandemi covid-19. Dari kebanyakan pengguna internet lebih dari 8 jam dalam sehari. Kemudian ada perpindahan perilaku penggunaan internet selama pandemi covid-19, diantara lain dari konten media online. Konten hiburan yang banyak diakses oleh pengguna adalah musik online (15,3%), game online (16,5%), dan video online (49,3 %).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling digemari oleh generasi milenial atau generasi muda saat ini. Sebagian besar generasi muda memiliki akun instagram sendiri, ada beberapa dari mereka memiliki lebih dari satu akun. Generasi muda lebih memilih menggunakan Instagram sebagai media untuk menyebarluaskan kebahagiaan semata, dengan kata lain *refreshing*, dan menikmatinya tanpa adanya manfaat bagi penontonya. Aplikasi Instagram sendiri sebagai tempat berbagi video dan foto yang dimana pemakainya bisa mengambil video dan foto, bisa juga ditambah menggunakan filter, dan mengunggahkannya di berbagai sosial media, salah satunya aplikasi instagram itu sendiri.

Data yang dibagikan oleh Napoleon Cat (NapoleonCat, 2020) , rentan bulan Maret 2020 penggunaan Instagram di Indonesia mencapai 64 juta (64.020.000). Yang merupakan 23,3% dari seluruh populasi. Sebagian kecil dari mereka adalah wanita - 50,3%. Orang yang berusia 18-24 adalah kelompok pengguna terbesar (24.000.000). perbandingan tertinggi antara laki-laki dan perempuan yang berusia sekitar 13-17 tahun, dimana perempuan penggunaanya lebih banyak 1.100.000.



Gambar 1.1 Analisis penggunaan Instagram pada bulan Maret

Sumber : <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/03/>

Apabila aplikasi Instagram digunakan dengan baik dan benar, akan mendapatkan efek positif bagi masyarakat luas. Manfaat positif tersebut ada di Instagram itu sendiri sebagai *platform* media berbagi informasi dan hiburan. Kini mencari informasi dan hiburan di akses dengan mudah. Biasanya informasi dan hiburan melalui televisi atau website, sekarang mulai bergeser melalui Instagram. Penyediaan informasi dan hiburan melalui Instagram mulai bersaing dalam pembuatan konten.

Seiringnya berjalan perkembangan Instagram yang tidak hanya membagikan postingan foto dan video, sekarang banyak yang membagikan komedi yang berbentuk video seperti akun Instagram @maell_lee yang menggambarkan preman ojek pangkalan bisa dilihat salah satu contoh konten yang dibikin pada kanal Instagram seperti di gambar 1.2 yang sudah di tonton sebanyak 6,1juta penonton, ada juga akun Instagram

@arifmuhamadd_ mewatakkkan seorang ibu-ibu di Sumatera utara dengan terkenalnya bahasa bataknya bisa dilihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.2 Video konten @maell_lee “#PERSAINGANOJOLDANOPANG”

Sumber: (Instagram @maell_lee)



Gambar 1.3 Video konten @arifmuhamadd_

Sumber: (Instagram @arifmuhamadd_)

Akun Instagram @bintangemon salah satunya, dari sekian banyak akun Instagram yang memberikan informasi dan hiburan, akun @bintangemon dengan nama asli Gusti Muhammad Abdurrahman Bintang Mahaputra atau disapa Bintang emon, kelahiran Jombang, Jawa Timur. Akun tersebut berisi konten-konten komedi. Bintang Emon merupakan *stand comedy* Indonesia yang berasal dari Bandung pada tahun 2014. Kemudian mulai terkenal disaat memenangi *Stand Up Acedemy 3* yang disiarkan di televisi Indosiar pada tahun 2017.



Gambar 1.4 Pemenang Stand Up Comedy Academy 3

Sumber : Instagram @bintangemon

Yang sangat menarik dari konten @bintangemon tersebut adalah berisikan keluhan kesah kita dalam kehidupan sehari-hari. Bisa dilihat dari kontennya, akun Instagram @bintangemon banyak mewakili perasaan kita dalam kehidupan sehari-hari, adanya interaksi *virtual* terhadap konten tersebut. Interaksi tersebut melalui *audio visual*. Dengan banyaknya respon positif dari *followers*, akun tersebut lebih banyak membuat konten komedi tersebut yang berisi berbagai macam keluhan kesah masyarakat. Instagram @bintangemon merupakan tempat terjadinya interaksi sosial antara individu dengan individu atau kelompok melalui *virtual* terhadap konten hiburan akun Instagram tersebut. Berinteraksi dimulai terbentuknya postingannya akun Instagram @bintangemon yang berupa audio visual, audio, visual dan sebagainya.

Media sosial dapat diakses siapa saja, dimana, dan kapan saja. Semua informasi dengan cepat didapatkan. Seperti sama kejadiannya pada akun Instagram @bintangemon. Satu persatu akun dapat membagikannya secara luas kepada akun lain. Akun lain bisa melihat konten dan memberi seperti pujian atau ulasan seperti komentar, suka, dan mengikuti akun instagaram tersebut. Mereka tidak terlihat secara langsung atau melihat fisik dengan nyata, namun bisa dilihat secara *virtual* melalui aplikasi Instagram. Hal yang seperti ini menjadi suatu hal menarik dari kalangan muda, dikarenakan dalam Instagram pengguna bisa melakukan interaksi antar individu atau kelompok.

Pada dasarnya *followers* Instagram @bintangemon adalah orang-orang memiliki minat yang sama terhadap komedi hiburan didunia maya. Akun Instagram @bintangemon bukan hanya akun umum, tetapi juga tempat berbagi informasi tentang kehidupan Indonesia saat ini. Bintang Emon sangat berbakat dibidang konten kreator dan membuat video yang sering dianggap komedi oleh masyarakat Indonesia.

Komedi atau lawakan adalah suatu karya yang lucu pada umumnya tujuannya untuk menghibur, menimbulkan kelucuan, terutama ditelevisi, dan Film. Menurut Arwah Setiawan (Rahmanadji, 2007) Humor atau Komedi merupakan dampak yang merangsang kita untuk melakukan tertawa atau cenderung tertawa secara mental, dia bisa berupa rasa, atau kesadaran, dalam diri kita (*sense of humor*).



Gambar 1.5 Screen Shot video Instagram @bintangemon

Penilaian seperti ini hanya berdasarkan apa yang dilihatnya saja tanpa mengetahui latar belakang apa yang disampaikan dalam video tersebut. Banyak orang yang kesusahan dalam mencukupi kehidupannya sehari-hari. Dalam unggahannya, Bintang Emon konsisten untuk membawa kejadian-kejadian yang sering terjadi di kalangan masyarakat Indonesia. Hal tersebut menyebabkan adanya relevansi antara video dengan penonton Bintang Emon sehingga, para penonton memberikan apresiasi berupa komentar yang menyatakan kesamaannya.

Tabel 1.1 Data Jumlah Penonton Instagram

(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

Judul Video	Viewers	Comments
#DPOCORONA	8,723,747	38,028
LIVE STREAMING	6,025,116	25,163
INGIN JADI RAKYAT YANG BAIK	5,030,931	26,207

Melalui video ini secara tidak langsung, Bintang Emon mewakili penontonnya dengan menampilkan berbagai kondisi yang sedang terjadi di Indonesia. Pada saat mengunggah dan menyampaikan komedi lewat Instagram. Nilai yang disampaikan oleh Bintang Emon melalui unggahan video lewat Instagram, mengandung realitas kehidupan yang dibikin dengan cara komedi. Dikarenakan video tersebut tidak jarang menjadi viral di Instagram. Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, peneliti melihat adanya peluang untuk menggali tema fantasi yang terbentuk dalam video melalui video Bintang Emon. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang tema fantasi melalui komedi dengan akun Instagram @bintangemon miliknya.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan fenomena dan penjelasan pada latar belakang masalah, peneliti terfokus pada Analisis Tema Fantasi melalui Komedi dalam akun Instagram @bintangemon.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, maka identifikasi masalahnya adalah bagaimana tema fantasi yang ditampilkan dalam video #DPOCORONA pada akun Instagram @bintangemon melalui karakter yang diciptakan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan indentifikasi masalah maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana rangkaian tema fantasi dan rantai fantasi terjadi dapat mengkonstruksikan masyarakat Indonesia melalui konten komedi pada akun Instagram @bintangemon.

1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan serta kontribusi penelitian ilmu komunikasi, melengkapi kontribusi penelitian kualitatif dengan metode analisis tema fantasi, dan diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Penelitian

1. Untuk penulis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai analisis tema fantasi.
2. Untuk akademik penelitian ini agar dapat menjadi tambahan informasi bagi mahasiswa Universitas Telkom, khususnya penelitian komunikasi sebagai literatur.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Dalam menentukan waktu dan periode penelitian ini, peneliti melakukan penelitian ini sejak bulan Oktober 2021.

Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan	Bulan										
	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni	Juli
Menentukan Topik Penelitian											
Mengerjakan Bab 1-3											
Mengumpulkan desk evaluation.											
Mengerjakan Bab 4-5.											