

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

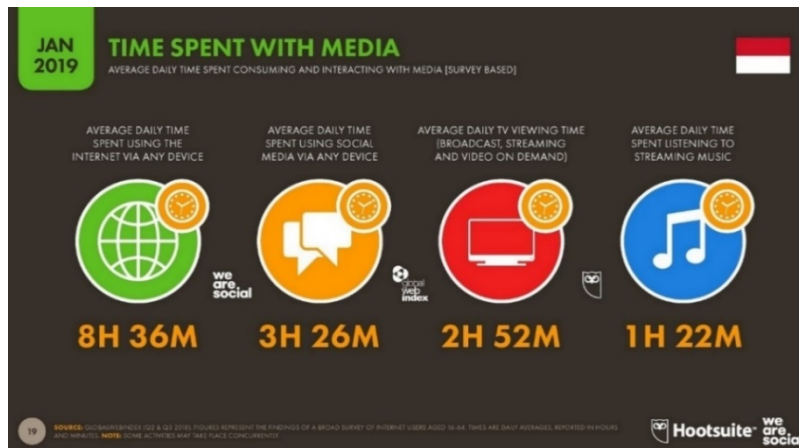
Di era digital masa kini, informasi bisa diakses dengan mudah kapan saja dan dimana saja melalui media elektronik dan cetak. Informasi yang bisa didapatkan tidak hanya berupa berita, namun juga hiburan, pengetahuan umum, bahkan hal-hal yang tabu dalam bentuk audio, visual dan teks bisa ditemukan khususnya melalui media elektronik yang dikenal dengan internet. Media konvensional pun menjadi tergeser dengan adanya media *online* yang dengan mudahnya diakses dalam hitungan detik lewat genggam *smartphone*. Keberadaan *smartphone* yang saat ini tidak lagi menjadi barang mewah membuat perkembangan pengguna internet kian meningkat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen dari total populasi 264 juta jiwa penduduk Indonesia. Menurut Sekjen APJII, Henri Kasyfi, kontribusi terbesar atas penetrasi internet di Indonesia berasal dari Pulau Jawa yang mencapai 55 persen dari total keseluruhan (Pratomo, Yudha. 2019. *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037>, diakses pada tanggal 24 Juli 2019 pukul 19:00 WIB)

Media sosial atau jejaring sosial salah satu bentuk perkembangan internet yang banyak digunakan oleh pengguna internet. Ditambah dengan munculnya beragam media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Youtube* yang dapat diakses dari genggam tangan lewat *smartphone*. Berdasarkan riset pada Januari 2019 oleh layanan manajemen konten dan market sosial digital *We Are Social* dan *Hootsuite* (Gambar 1.1), bahwa pengguna Internet dan Media Sosial aktif di Indonesia mencapai 150 juta. Bahkan mereka juga merekapitulasi data waktu penggunaan internet oleh pengguna Indonesia rata-rata setiap hari selama 8 jam, 36 menit (Gambar 1.2).



Gambar 1.1 Data riset penggunaan Internet di Indonesia

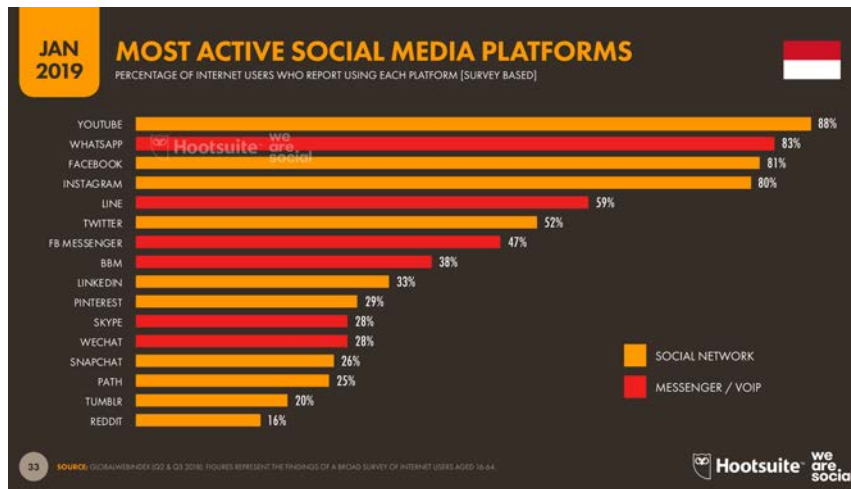
(Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2019, pukul 15:00 WIB)



Gambar 1.2 Data riset waktu mengakses pengguna Internet Indonesia

(Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2019 pukul 15:00 WIB)

Beragam media sosial yang saat ini tersedia pun menjadi sorotan yang menarik. Media sosial saat ini tidak hanya sebagai media informasi namun juga *platform* bagi penggunanya untuk menumpahkan kreatifitas atau sekedar mencari popularitas, bahkan juga menjadi tempat untuk mendapatkan pundi-pundi rupiah. Media sosial seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter* mencapai peringkat 4 teratas sebagai sosial media yang paling banyak digunakan dan selalu aktif di Indonesia (Gambar 1.3).



Gambar 1.3 Data riset sosial media yang paling aktif di Indonesia

(Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>, diakses pada tanggal 26 Juli 2019 pukul 19:00 WIB)

Yang menarik ialah *Twitter* hingga saat ini masih menempati peringkat ke-4 sebagai media sosial yang diminati banyak pengguna internet saat ini. Padahal jika dibandingkan dengan *platform* lainnya, *Twitter* adalah *platform* yang bisa dikatakan kurang leluasa untuk berekspresi lewat fitur layanannya. Meskipun begitu, *Twitter* tetap menjadi media “curhat singkat” yang asyik bagi para penggunanya. *Twitter* sendiri ialahsalah satu media sosial populer dengan sebutan *microblog* yang memungkinkan penggunanya bertukar pesan atau sekedar memajang pesan atau “status” (sebut: *tweet*) yang tidak lebih dari 280 karakter.



Gambar 1.4 Logo Resmi Twitter

(Sumber: <https://Twitter.com/id.html> , diakses pada tanggal 25 September 2019 pukul 15:00 WIB)

Biasanya pengguna *Twitter* sendiri menuliskan *tweet*-nya untuk mengekspresikan pemikiran mereka tentang sesuatu atau bahkan untuk berbagi informasi. *Twitter* sendiri memberikan layanan kepada penggunanya tidak hanya bisa berbagi tulisan tapi juga gambar, video, *GIF* (*Graphic Interchange Format* – gambar bergerak) juga layanan *vote*. Salah satu fitur unggul yang dimiliki *Twitter* ialah daftar topik terpopuler atau dikenal dengan sebutan *Twitter Trending Topic* yang merupakan hasil perhitungan algoritma yang bertujuan untuk mengidentifikasi topik-topik yang sedang ramai didiskusikan. Daftar *trending topic* tersebut dibuat untuk pengguna dalam menemukan berita dan *hashtag* terkini dari setiap lokasi penggunanya bahkan belahan dunia secara langsung. Hal inilah yang biasanya dilakukan dan dipopulerkan oleh para *influencer* dan orang-orang penting lainnya yang juga menggunakan *Twitter* untuk meramaikan pembicaraan yang sedang ramai diperbincangkan. Lewat isi *tweet* yang mereka kirimkan, para pengikut akun bersangkutan bahkan pengguna lain dapat berpartisipasi dengan membalas pesan, menyukai pesan, bahkan bisa mengirimkan ulang pesan *tweet* yang bersangkutan lewat fitur *re-tweet* dengan sekali klik atau bisa juga dengan menambahkan komentar.

Akses terbuka inilah yang membuat para penggunanya bisa saling berinteraksi tanpa harus menjadi *follower* dan bisa dilihat oleh siapapun dan kapanpun. Walau begitu, peran *follower* juga menjadi berarti bagi para pemilik akun sebagai bentuk kesukaan (*fan*) atau dukungan atau sekedar

“kepo” – ingin tahu terhadap pengguna akun tersebut. Bagi pemilik akun *official* atau resmi seperti artis, pejabat, orang penting lainnya atau akun resmi sebuah sumber berita yang memiliki tanda *verified* tentu saja menjadi sumber akurat untuk informasi yang dibagikan lewat *tweet*. Namun tanpa memiliki tanda verifikasi pun akun milik seseorang yang memiliki banyak pengikut juga sudah dapat dikatakan akurat lewat telusur *tweet* dan konten yang dapat dinilai oleh para pengikutnya.

Banyak akun *Twitter* yang belum memiliki tanda verifikasi namun bisa dinyatakan sebagai *real account* oleh para pengikutnya. Mereka biasa disebut dengan *influencer* atau selebtwit yang populer dengan *tweet-tweet* yang banyak disukai ataupun ramai diperbincangkan. Selain itu adapula sebutan *Buzzer* untuk para selebtwit atau pengguna lain yang biasanya meramaikan satu *hashtag* atau perbincangan publik yang banyak menuai pro-kontra dalam topik bahasan apapun. Dalam hal ini akun *Twitter* dengan *user* @rrmahayukd adalah salah satu dari selebtwit yang aktif dalam urusan ‘bercuit’ lewat tulisan-tulisannya yang juga banyak mengundang pro-kontra pada topik masalah tertentu yang diangkatnya.

User @rrmahayukd ini sendiri baru-baru ini heboh diperbincangkan mengenai *tweet*-nya yang berisikan opininya tentang dunia penerbangan Indonesia dengan mempopulerkan *hashtag* #TiketPesawatTidakMahal. Pemilik akun ini sendiri bernama RR. Mahayu Kusuma Dewi (panggil: Mahayu) yang merupakan seorang *influencer* yang juga berprofesi sebagai seorang penyanyi dan penulis asal

Solo, Jawa Tengah. Perempuan yang menyebut dirinya dalam *Bio Twitter*-nya sebagai “perempuan kretek” ini aktif dalam sosial media ini sejak Desember 2009 dan telah memiliki *followers* sebanyak 6.401 pengikut dengan *tweet* yang telah dibagikan sebanyak kurang lebih 28.6 ribu *tweets*. Dirinya adalah salah-satu dari sekian perempuan Indonesia yang aktif mengkampanyekan rokok di ranah *Twitter* bersama jajaran akun-akun *Twitter* personal dan kelompok-kelompok pro tembakau. Mahayusendiri aktif merokok sejak tahun 2008 dan mulai aktif mengkampanyekan pro tembakau sejak masuk di Komunitas Kretek pada tahun 2013 lewat media sosial *Twitter*, sedangkan media sosial lain seperti *Instagram* dan *Facebook* dirinya aktif pada bisnis *endorsement* dan sharing hal sehari-harinya. Lewat akunnya @rrmahayukd, ia turut meramaikan pro rokok & pro tembakau dengan menyematkan *tweet* (Gambar 1.5) nya yang berisikan foto dirinya bersama seorang perempuan berhijab dengan keduanya memegang rokok yang sedang menyala dengan tulisan yang berisikan:

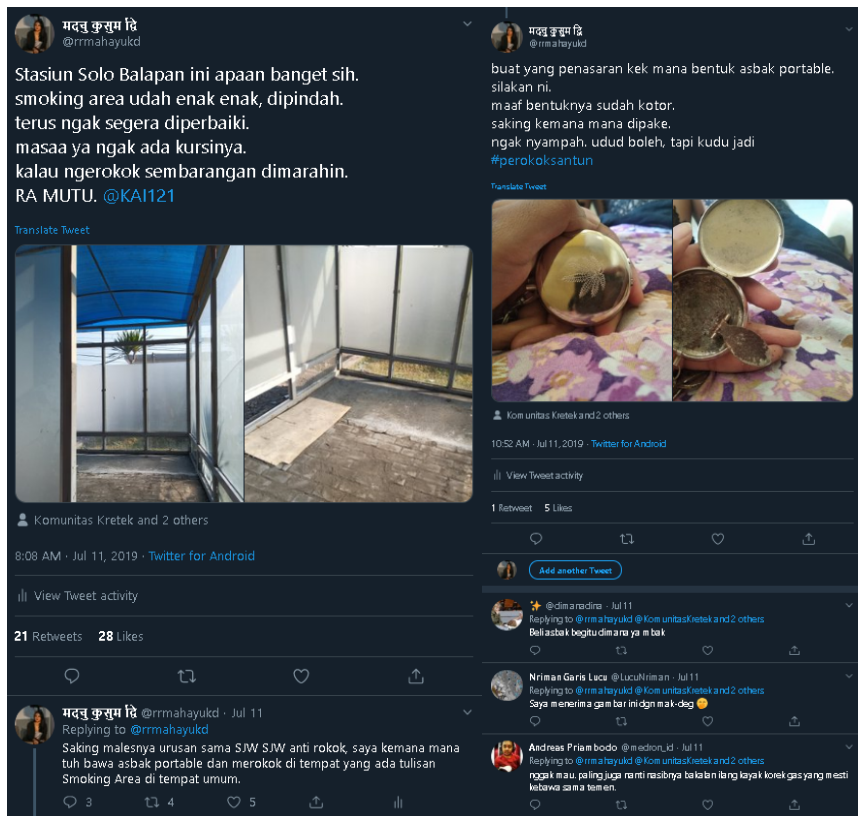
“Ekspresi ketika tahu anti rokok terkaget-kaget, ternyata BPJS ditalangi cukai rokok. Sik, sik. Tak ngguyu sik~”



Gambar 1.5 Sematan Tweet pada akun @rrmahayukd

(Sumber: <https://www.Twitter.com/rrmahayukd> , diakses pada tanggal 25 September 2019 pukul 20:00WIB)

Tweet sematan itu memperoleh 39 *tweet reply*, 571 *retweet*, dengan jumlah *like* sebanyak 417 yang tentu saja jumlah *liketersebut* termasuk sikap mendukung dari para *followers* dan pengguna *Twitter* lain yang menyatakan sikap mendukungnya lewat *liketersebut*. Tak hanya sebatas itu Mahayu juga kerap membagikan keresahannya mengenai fasilitas bagi perokok yang kurang, dan membagikan kesehariannya dengan tetap konsisten menyelipkan gambar, atau tulisan terkait dengan kampanye rokok. Seperti pada *tweet*-nya ditanggal 11 Juli 2019, ia mengunggah gambar-gambar beserta keresahannya yang ditujukan langsung kepada akun *Twitter* resmi Kereta Api Indonesia @KAI121 mengenai *smoking area*.



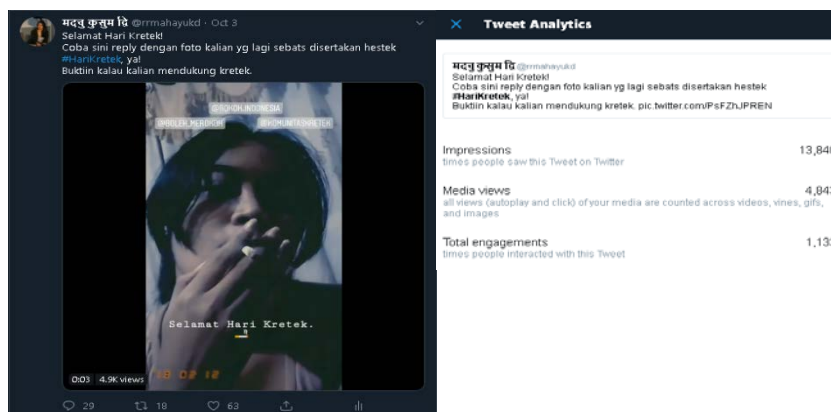
Gambar 1.6Salah satu Tweet @rrmahayukd yang ditujukan langsung ke akun resmi Kereta Api Indonesia @KAI121 mengenai keresahannya sebagai perokok terhadap fasilitas di Stasiun Solo Balapan.

(Sumber: <https://www.Twitter.com/rrmahayukd> , diakses pada tanggal 25 September 2019 pukul 20:00 WIB)

Mahayu juga gencar meramaikantweet-tweetlainnya yang membahas terkait kampanye rokok, kampanye tembakau, bahkan juga ikut mem-blow upberita mengenai tuduhan kasus eksploitasi anak oleh KPAI terhadap PB Djarum september 2019 lalu dengan hashtag#PBDjarumJanganPamit.Diantara ribuan tweet yang disiarkan melalui akun @rrmahayukd tersebut, banyak juga para followers lainnya yang ikut meramaikan atau mengomentari dengan sikap dukungan kepada

Mahayu sebagai seorang perempuan yang aktif merokok dan mendukung terhadap kampanye rokok pada unggahan tersebut.

Dalam *tweet*-nya dihari kretek nasional pada 03 Oktober 2019, ia turut serta sekaligus mempromosikan acara Festival Kretek 2019 di LIP-IFI Yogyakarta, dan membuat *tweet* dengan video yang memperlihatkan dirinya sedang merokok berdurasi 12 detik dengan ajakan kepada para *followers*-nya untuk *me-reply tweet*-nya disertai *hashtag* #HariKretek dengan foto “sebats” –**sebatang cabut**; istilah slang untuk memendekkan pengucapan “sebatang rokok” yang dapat diartikan santai dulu sambil merokok sebatang (dari artikel **Penyebab Temanmu Sering Banget Nunda Kerjaan Pakai Istilah ‘Sebat Dulu’** oleh Wargadireja, 2017, https://www.vice.com/id_id/article/qvjk9v, dikutip pada tanggal 09 Oktober 2019 pukul 08:59 WIB). Alhasil *tweet* tersebut ramai pengunjung dan mendapatkan *impressions* sebanyak 13.840 dan 1.133 *total engagements* dengan jejak 29 *tweet reply*, 18 *retweet*, dan 63 *likes* (Gambar 1.7).



Gambar 1.7 *Tweet @rrmahayukd memperingati Hari Kretek Nasional & Tweet Analytics dari Tweet tsb.*

(Sumber: <https://www.Twitter.com/rrmahayukd>, diakses pada tanggal 09 Oktober 2019 pukul 10:00 WIB)



Gambar 1.8 Beberapa Reply Tweet para followers @rrmahayukd beserta foto ‘sebats’ mereka.

(Sumber: <https://www.twitter.com/rrmahayukd>, diakses pada tanggal 09 Oktober 2019, 10:00 WIB)

Pada 2 Desember 2019 lalu Mahayu membuat *polling* di akun *Twitter*-nya dengan pertanyaan “Perempuan merokok itu salah?”, *polling* tersebut berhasil meraih suara sebanyak 152 *votes*, dengan 6 *reply*, 2 *retweet*, dan 3 *likes*. *tweet* tersebut pun berhasil dilihat sebanyak 987 pengguna *Twitter* dengan total *engagements* 141. Dirinya melakukan *polling* setelah mengunggah *tweet* mengenai curhatannya dengan *hashtag* #SmokingAreaPlease beserta foto-foto ruang *Smoking Area* Bandara

Adi Soejipto Yogyakarta kemudian disusul dengan *tweet* dengan foto dirinya yang sedang merokok di *Smoking Area* tersebut dengan cuitan berberbunyi:

“Satu-satunya perempuan yang ada di *Smoking Area*. Hari ini lagi merokok LA ice karena sumuk pol. Rokok kalian apaa?”

Dengan unggahannya tersebut Mahayu mendapatkan *tweet reply* sebanyak 61 berikut dengan foto-foto ‘sebat’ para *followers*-nya, dengan *retweet* sebanyak 32 dan *likes* sebanyak 151. *tweet* tersebut juga mendapatkan *impressions* sebanyak 14.470 dan *total engagements* sebanyak 5.217.



Gambar 1.9 Polling oleh @rrmahayukd mengenai perempuan merokok, beserta data analisis *Tweet* tersebut.

(Sumber: <https://www.Twitter.com/rrmahayukd>, diakses pada tanggal 3 Desember 2019 pukul 15:00 WIB)

Mahayu sendiri mengaku jika memang kebanyakan *followers* *Twitter*-nya adalah laki-laki namun menurut dia tidak semua *followers*-nya adalah

seorang perokok. Bahkan ada pula *followers* perempuan yang juga ikut mendukung dirinya sebagai perokok. Dibandingkan dengan akun *Twitter* milik @kartikadwia dan @primasulistya yang juga seorang perempuan perokok dan kerap membagikan kampanye rokok lewat *tweet* mereka, *impressions* serta *retweet* yang didapat tidak sebanyak yang didapatkan @rrmahayukd sehingga *tweet* mereka mengenai kampanye rokok pun tidak ter-*blow up* seperti *tweet-tweet* dari @rrmahayukd.

Selain itu, *followers* @kartikadwia dan @prima_sulistya pun lebih sedikit dibandingkan akun milik Mahayu. Hingga saat ini @kartikadwia hanya memiliki *followers* sebanyak 448 pengikut dan @prima_sulistya memiliki *followers* sebanyak 2.589 pengikut. Pemilik akun @kartikadwia sendiri juga termasuk anggota dari Komunitas Kretek, sedangkan pemilik akun @prima_sulistya ialah seorang perempuan yang berprofesi sebagai Pemimpin Redaksi @mojokdotco.



Gambar 1.10 Perbedaan jumlah followers akun @rrmahayukd, @prima_sulistya, dan @kartikadwia

(Sumber: <https://www.Twitter.com/>, diakses pada tanggal 09 Oktober 2019 pukul 11:00 WIB)

Stigma negatif dari masyarakat mengenai perempuan merokok saat ini masih sangat tinggi. Selain itu regulasi dan peraturan rokok di Indonesia pun diperketat dengan banyaknya peraturan dilarang merokok yang terpampang di lokasi-lokasi terbuka di Indonesia. Banyak masyarakat yang masih beranggapan buruk terhadap perempuan merokok. Bahkan tak jarang perempuan yang merokok dianggap perempuan nakal dan tidak bermoral. Kata ‘tabu’ dan ‘tak elok’ pun masih banyak yang terucap dari banyak masyarakat. Namun ternyata banyak juga orang-orang yang tak segan mengekspresikan dan menyatakan bahwa mereka tidak sependapat dengan stigma buruk yang beredar mengenai perempuan merokok. Banyak juga

yang beranggapan bahwa perempuan merokok justru membantu menambah defisit negara dengan membeli rokok. Ada juga yang beranggapan bahwa merokok adalah gaya hidup dan bukan mencerminkan kepribadian seseorang. Orang-orang yang memiliki sikap mendukung perempuan merokok ini beranggapan bahwa rokok itu bukan suatu simbol gender yang menentukan baik/buruknya seseorang melainkan gaya hidup yang sudah biasa saat ini.

Badan Kesehatan Dunia (WHO) tahun 1999, menganggap perilaku merokok telah menjadi masalah yang penting bagi seluruh dunia sejak satu dekade yang lalu (Nasution, 2007 dalam *Nursing News Volume 2, Hubungan Lingkungan Sosial dengan Perilaku Merokok Pada Perempuan di Kota Malang*, 2017). Selain itu kematian akibat tembakau pada perempuan diperkirakan semakin berlipat, sehingga pada tahun 2020, sekitar 1 juta perempuan dewasa akan meninggal karena penyakit-penyakit yang berhubungan dengan rokok setiap tahunnya (Buletin Penelitian Sistem Kesehatan – Vol.12, 2009). Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait seberapa besar **pengaruh intensitas mengakses *Twitter* @rrmahayukd terhadap sikap mendukung pesan perempuan merokok pada *followers*.**

B. Rumusan Masalah

“Seberapa besarkah pengaruh intensitas mengakses *Twitter* @rrmahayukd terhadap sikap mendukung pesan perempuan perokok pada *Followers* ?”

C. Tujuan Penelitian

“Untuk mengetahui seberapa besar intensitas mengakses *Twitter* @rrmahayukd terhadap sikap mendukung pesan perempuan perokok pada *followers*”

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi pengetahuan tentang pengaruh dampak media sosial *Twitter* bagi khalayak umum.
 - b. Diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan mengenai pandangan terhadap sikap mendukung pada perempuan merokok.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Instansi/akademis