

MEDIASI

JURNAL KAJIAN DAN TERAPAN MEDIA, BAHASA, KOMUNIKASI

Vol. 7 No. 1 (2026): January

Analysis of Idiomatic Phrases in the Lyrics of the “Dalam Diam” by Sal Priadi

Language Skills of Multiple Disabilities on Tiktok @Brandonsahcio: A Multiple Disability Learning Perspective

Comparing the Production Process and Results of the Visual Radio Program Suara dari Tanah Jauh: Conventional vs. AI-Based Versions

Broadcasting Students’ References for Small Team Versus Full Team Models in Audiovisual Production

The Hybridity of Political Communication and Bureaucracy: An Analysis of the Central Sulawesi Governor's "Berani Cerdas" Program in a Network Society Perspective

Performative Masculinity, Parasocial Relationships, and Audience Participation on Bigmo's YouTube Livestream

The Bahandipan Tradition As A Form Of Collective Cultural Communication Among Rice Farmers in Gudang Hirang Village

Storytelling Content Strategy on the Instagram Account of @bolacomid in Fulfilling Football Fans’s Information

**Penerbit:
Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M)
Politeknik Negeri Media Kreatif**

**p-ISSN: 2721-9046
e-ISSN: 2721-0995**

M E D I A S I

JURNAL KAJIAN DAN TERAPAN MEDIA, BAHASA, KOMUNIKASI

Vol. 7 No. 1 (2026): January

p-ISSN 2721-9046

e-ISSN 2721-0995

M E D I A S I

JURNAL KAJIAN DAN TERAPAN MEDIA, BAHASA, KOMUNIKASI

Terbit setahun tiga kali pada Januari, Mei, September berisi artikel ilmiah hasil penelitian media, bahasa, dan komunikasi baik dalam bentuk kajian maupun terapan.

Ketua Editor (*Editor in Chief*)

Freddy Yakob

Editor Manajer (*Managing Editor*)

Putri Surya Cempaka

Dewan Editor (*Editorial Board*):

Abdul Hair (Universitas Brawijaya)

Robertus Pujo Leksono (Naresuan University Thailand)

Farisha Musdalifah (Universitas Sriwijaya)

Galuh Ayu Savitri (Universitas Binus)

Editor Bagian (*Associate Editor*)

Suratni

Nurul Akmalia

Refi Yuliana

Editor Tulisan (*Copy Editor*)

Rizki Akbar Mustopa

Laelatul Pathia

Alamat:

Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M)

Politeknik Negeri Media Kreatif

Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12640

Telp: (021) 78885557

Laman: <https://ojs2.polimedia.ac.id>

Surel: jurnalmediasi@polimedia.ac.id

Redaksi menerima naskah berupa artikel ilmiah yang sesuai dengan visi dan misi penerbitan jurnal, yakni mendiseminasikan hasil penelitian di bidang media, bahasa, dan komunikasi. Artikel ilmiah dapat berupa kajian teoretis ataupun pengalaman praktis sekaitan dengan bidang-bidang tersebut. Sistematika penulisan artikel ilmiah dapat dibaca pada bagian akhir jurnal ini.

MEDIASI

Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi

Analysis of Idiomatic Phrases in the Lyrics of the "Dalam Diam" by Sal Priadi
(1 – 9)

Sagita Tiara Dewi, Haryadi

Language Skills of Multiple Disabilities on Tiktok @Brandonsahcio: A
Multiple Disability Learning Perspective (10 – 19)

Lasmana Fajar Hapriyanto, Heppy Agi Rosalia, Revita Inggeten Boru Sitepu, Mintowati

Comparing the Production Process and Results of the Visual Radio Program
Suara dari Tanah Jauh: Conventional vs. AI-Based Versions (20 – 27)

Mohammad Ismed

Broadcasting Students' References for Small Team Versus Full Team Models
in Audiovisual Production (28 – 43)

Rusman Latief

The Hybridity of Political Communication and Bureaucracy: An Analysis of
the Central Sulawesi Governor's "Berani Cerdas" Program in a Network
Society Perspective (44 – 54)

Ubaidillah, Ilyas, Achmad Herman, Raisa Alatas

Performative Masculinity, Parasocial Relationships, and Audience
Participation on Bigmo's YouTube Livestream (55 – 67)

Regita Amanda Putri, Camelya Rayqah Ibrahim, Garviona Elora Sekar Dewata, Putu Silvia Sloka Sarasamuscaya

The Bahandipan Tradition As A Form Of Collective Cultural Communication
Among Rice Farmers in Gudang Hiran Village (68 – 80)

Muhammad Yakub Amin, Muhammad Alif

Storytelling Content Strategy on the Instagram Account of @bolacomid in
Fulfilling Football Fans's Information (81 – 94)

Aldika Tiara Salsabilla, Aditya Dwi Putra Bhakti

Analisis Frasa Idiomatik dalam Lirik Lagu “Dalam Diam” Karya Sal Priadi

Analysis of Idiomatic Phrases in the Lyrics of the “Dalam Diam” by Sal Priadi

Sagita Tiara Dewi & Haryadi

Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Korespondensi: Semarang, Jawa Tengah

Surel: sagitatiara14@students.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v7i1.1676>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 07/06/2025

Direvisi: 30/10/2025

Publikasi: 31/01/2026

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Frasa Idiomatik;

Fraseologi;

Lirik Lagu;

Musik Indonesia;

Sal Priadi

Keywords:

Idiomatic Phrases;

Indonesian Music;

Phraseology;

Sal Priadi;

Song Lyrics

ABSTRAK

Frasa idiomatik berperan penting dalam memperkaya ekspresi bahasa Indonesia, terutama dalam karya seni verbal seperti lirik lagu modern. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi frasa idiomatik dalam lirik lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi, menganalisis struktur pembentukan, dan mendeskripsikan makna idiomatiknya. Penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan metode simak dan catat untuk pengumpulan data, serta metode agih untuk analisis data dari album "Berhati" (2020). Hasil penelitian mengidentifikasi enam frasa idiomatik dari total keseluruhan data yang ditemukan dalam lirik lagu tersebut, dengan struktur beragam dan dominasi pola Nomina + Verba + Nomina (N+V+N). Frasa idiomatik diklasifikasikan ke dalam enam kategori makna: metafora tubuh dan perasaan, personifikasi abstrak, metafora visual, metafora cahaya, metafora alam, dan metafora suara dan suasana. Seluruh kategori berkontribusi dalam menyampaikan tema introspeksi dan kontemplasi diri. Penelitian menyimpulkan bahwa frasa idiomatik meningkatkan dimensi artistik musik indie pop Indonesia kontemporer dan mencerminkan nilai-nilai masyarakat Indonesia modern dalam mengekspresikan pengalaman emosional melalui bahasa figuratif yang kaya makna simbolik.

ABSTRACT

Idiomatic phrases play a crucial role in enriching Indonesian language expression, particularly in verbal art forms such as modern song lyrics. This research aims to identify idiomatic phrases in the song "Dalam Diam" by Sal Priadi, analyze their structural formation, and describe their idiomatic meanings. This descriptive qualitative research employs observation and note-taking methods for data collection, and distributional analysis for examining data from the "Berhati" album (2020). Research findings identify six idiomatic phrases from the total comprehensive data discovered in the song lyrics, featuring diverse structures with dominant Noun + Verb + Noun (N+V+N) patterns. Idiomatic phrases are classified into six semantic categories: body and emotion metaphors, abstract personification, visual metaphors, light metaphors, nature metaphors, and sound and atmosphere metaphors. All categories contribute to conveying themes of introspection and self-contemplation. The research concludes that idiomatic phrases enhance the artistic dimension of contemporary Indonesian indie pop music and reflect modern Indonesian societal values in expressing emotional experiences through figurative language rich in symbolic meaning.

PENDAHULUAN

Bahasa sebagai sarana penting untuk berkomunikasi digunakan untuk berkomunikasi. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Rosyidah dkk., (2021) bahwa bahasa merupakan deretan bunyi yang menyatakan sesuatu pada lawan tutur dan akhirnya menghasilkan kerja sama antara penutur dan mitra tutur melalui penggunaan sistem sebagai alat (instrumentalis) yang menggantikan suara individual. Dalam kondisi ini dapat diuraikan bahwa bahasa merupakan sistem bunyi terstruktur yang berfungsi sebagai alat perantara antarindividu, yang mampu menimbulkan interaksi kooperatif di antara penutur dan mitra tutur dengan cara memahami bersama akan makna yang disampaikan. Bahasa adalah cara simbolik yang menggunakan suara dan bentuk yang ditentukan secara acak oleh manusia untuk berkomunikasi dengan sesama manusia di dalam lingkungan sosial. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa bahasa merupakan suatu sistem simbol yang diciptakan secara acak oleh manusia dan digunakan sebagai alat komunikasi dalam interaksi sosial.

Sebagai alat komunikasi, bahasa Indonesia mempunyai ragam ekspresi dan bentuk kebahasaan yang sangat beragam. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi khazanah bahasa Indonesia adalah ungkapan idiomatik. Frasa idiomatik adalah suatu istilah yang secara umum tidak dapat diungkapkan sepenuhnya oleh leksikal kata-kata penyusunnya, yang artinya menimbulkan makna baru, unik, dan khas (Zulfadhli, 2017). Penggunaan ungkapan idiomatik dalam berbagai bentuk komunikasi, baik tulisan maupun pidato, termasuk teks verbal seni seperti lagu, puisi, dan prosa, menjadikan bahasa Indonesia lebih ekspresif dan hidup. Frasa idiomatik memainkan peran sentral dalam memuji ekspresi dan menyampaikan nuansa makna yang lebih mendalam, kompleks dan bernilai estetika tinggi, baik dalam komunikasi sehari-hari maupun dalam karya seni verbal seperti lagu. Frasa idiomatik biasa dibilang merupakan ekspresi figurative paling sulit dipahami dalam konteks kebahasaan yang beragam (Nasir & Ufairah, 2023).

Penggunaan frasa idiomatik dalam lirik lagu memiliki peran penting dalam memperkaya dimensi artistik dan makna karya musik sebagai media ekspresi emosi, gagasan, dan kritik sosial. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan beragam pendekatan dalam kajian frasa idiomatik, seperti analisis struktur dan pola pembentukan dalam karya sastra (Prasetyo & Haryadi, 2023), kajian bentuk dan makna dalam penerjemahan lirik lagu lintas bahasa (Rosyidah dkk., 2021), klasifikasi berdasarkan ranah semantik dalam teks berita (Rostina, 2024), serta analisis fungsi dan makna kontekstual dalam lirik lagu populer Indonesia (Sajida & Haryadi, 2024). Perbedaan penelitian-penelitian tersebut terletak pada fokus kajian, yaitu struktur, penerjemahan, kategorisasi semantik, dan fungsi komunikatif. Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian, khususnya keterbatasan kajian frasa idiomatik dalam lirik lagu musisi independen Indonesia kontemporer seperti Sal Priadi. Selain itu, peran frasa idiomatik dalam menyampaikan tema-tema introspektif serta kontribusinya terhadap pembentukan identitas budaya dalam konteks musik indie pop masih jarang dibahas, karena penelitian frasa idiomatik dalam musik Indonesia cenderung berfokus pada karya arus utama. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menganalisis frasa idiomatik dalam lirik lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi dengan tujuan mengidentifikasi jenis, struktur, makna, dan perannya dalam mengonstruksi pesan serta memperkaya dimensi estetika lagu. Secara teoretis dan praktis, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan kajian fraseologi bahasa Indonesia, serta meningkatkan pemahaman dan apresiasi masyarakat terhadap penggunaan ungkapan idiomatik dalam karya musik kontemporer Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Bahasa dan Frasa

Satuan gramatik yang terdiri dari dua kata atau lebih dan tidak melampaui batas fungsi unsur klausa disebut frasa (Klara, 2017, dalam Ayu & Haryadi, 2024). Frasa memiliki dua sifat karena batasan di atas: (1) ia merupakan unit gramatikal yang dibentuk oleh minimal dua buah kata; (2) ia adalah satuan yang berada dalam batas fungsi unsur klausa, artinya selalu termasuk dalam satu fungsi unsur klausa, seperti S, P, O, Pel. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa frasa merupakan satuan gramatik yang tidak melampaui batas fungsi unsur klausa; dengan kata lain, frasa dapat berfungsi sebagai bagian dari klausa, yang dapat berfungsi sebagai subjek (S), predikat (P), objek (O), pelengkap (Pel), atau keterangan (Ket). Selaras dengan pendapat tersebut mengemukakan frasa adalah kombinasi dua kata atau lebih yang tidak melebihi batas fungsi klausa. Dua karakteristik utama frasa adalah bahwa mereka terdiri dari minimal dua kata dan bahwa mereka selalu berfungsi dalam konteks klausa, yang memungkinkan mereka untuk membentuk struktur kalimat yang lebih kompleks.

Selaras dengan pendapat tersebut Dongalemba, (2018), merumuskan pengertian frasa sebagai kumpulan kata yang merupakan bagian fungsional dari tuturan yang lebih panjang. Definisi ini menekankan pada fungsi frasa dalam konstruksi yang lebih besar seperti klausa atau kalimat. Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa frasa merupakan kelompok kata yang berfungsi sebagai satu kesatuan dalam tuturan yang lebih panjang, seperti klausa atau kalimat. Frasa tidak memiliki makna lengkap jika berdiri sendiri, tetapi berkontribusi pada struktur dan makna keseluruhan dari tuturan tersebut. Parera dalam berpendapat frasa adalah sintaksis yang terdiri dari dua kata atau lebih, baik dalam bentuk kalimat biasa maupun tidak biasa. Dengan demikian Frasa dapat diklasifikasikan berdasarkan kelompokannya. Misalnya, beberapa jenis frasa dapat dikategorikan menurut maknanya, seperti frasa idiomatik, frasa biasa, dan frasa ambigu. Penelitian saat ini terutama berkonsentrasi pada frasa idiomatik, yaitu frasa yang makna baru atau tidak jelas dihasilkan oleh kombinasi elemennya. Dalam konteks ini, frasa dapat terdiri dari berbagai jenis, seperti frasa nominal, frasa verbal, atau frasa preposisional, yang masing-masing memiliki peran tertentu dalam menyampaikan informasi dan membangun hubungan antarunsur dalam kalimat.

Frasa Idiomatik

Idiom merupakan kumpulan kata-kata tetap yang berarti khusus (Putri & Afifulloh, 2025). Selain itu, idiom memungkinkan sekumpulan kata tersebut terbentuk berdasarkan penggunaan sebelumnya dalam situasi tertentu, sehingga maknanya tidak dapat diambil dari makna kata-kata individunya. Terdapat beberapa jenis klasifikasi frasa, seperti frasa endosentris, eksosentris, nominal, verbal, adjektival, adverbial, dan frasa idiomatik (Endalie dkk., 2023). Pada penelitian ini peneliti akan menjabarkan lebih luas mengenai frasa idiomatik yang ada dalam lirik lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi. Ahdillah dkk., (2020) mengartikan frasa idiomatik sebagai frasa yang memiliki konotasi atau arti simbolik. Berdasarkan pernyataan Saidova dalam Erniat & Mudarsep, (2022), dengan kata lain, idiom adalah istilah idiomatik yang memiliki makna yang dapat berubah tetapi dapat dipahami oleh orang yang mengucapkannya. Selaras dengan pendapat Manaf dalam Farid, (2020), makna idiomatik adalah satuan bahasa yang maknanya tidak dapat ditentukan dari makna leksem dan makna gramatikal bahasa tersebut.

Frasa idiomatik sangat penting dalam studi fraseologi karena merefleksikan keanekaragaman budaya dan bahasa dari kelompok tertentu. Frasa idiomatik sangat penting dalam studi bahasa karena membantu memperkaya ekspresi bahasa dan memberikan warna dan nuansa khusus dalam pendidikan dan

kritik sosial. Frasa idiomatik juga sangat penting dalam studi bahasa karena memiliki arti simbolis yang sekedar dapat dimengerti dalam konteks budaya tertentu dan ditafsirkan secara literal dari bahasa yang mereka susun.

Kategori dan Jenis Frasa Idiomatik

Frasa idiomatik dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai aspek makna dan bentuk linguistiknya. Kategorisasi frasa idiomatik membantu dalam memahami pola-pola makna yang terbentuk dari kombinasi unsur-unsur bahasa. Dalam konteks analisis semantik, frasa idiomatik dapat dikelompokkan berdasarkan domain makna yang melatarbelakanginya. Kategorisasi pertama adalah metafora tubuh dan perasaan, yaitu frasa idiomatik yang menggunakan unsur-unsur anatomi manusia atau kondisi emosional untuk menyampaikan makna tertentu. Kategori ini mencerminkan pengalaman fisik dan psikologis manusia yang diproyeksikan ke dalam bahasa. Selanjutnya, personifikasi abstrak merupakan kategori frasa idiomatik yang memberikan sifat-sifat manusiawi pada konsep-konsep abstrak, menciptakan dimensi makna yang lebih hidup dan dapat dirasakan. Metafora visual sebagai kategori lainnya menggunakan pengalaman inderawi penglihatan untuk membangun makna idiomatik. Kategori ini memanfaatkan persepsi visual manusia sebagai dasar pembentukan ungkapan yang tidak literal. Sementara itu, metafora cahaya menggunakan konsep pencahayaan, terang-gelap, dan fenomena optik untuk menyampaikan makna simbolik yang mendalam (Prasetyo & Haryadi, 2023).

Kategori metafora alam memanfaatkan fenomena dan unsur-unsur lingkungan sebagai pembentuk makna idiomatik. Frasa dalam kategori ini mencerminkan hubungan manusia dengan alam sekitarnya dan bagaimana pengalaman terhadap alam ditransformasikan menjadi ungkapan bahasa yang bermakna khusus. Terakhir, metafora suara dan suasana menggunakan pengalaman auditori dan atmosferik untuk membangun konstruksi makna yang tidak dapat dipahami secara harfiah dari komponen pembentuknya. Keanekaragaman kategori ini menunjukkan bahwa frasa idiomatik tidak hanya berfungsi sebagai ornamen bahasa, tetapi juga sebagai refleksi pengalaman manusia yang kompleks dan multidimensional. Setiap kategori memiliki karakteristik unik dalam cara pembentukan makna dan fungsi komunikatifnya dalam konteks penggunaan bahasa sehari-hari maupun dalam karya seni seperti lirik lagu.

METODE

Terdapat dua jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan teoritis, yang berfokus pada frasa idiomatik yang merupakan bagian dari studi sintaksis dan fraseologi, analisis fraseologis, yang merupakan pemeriksaan frasa yang terdiri dari dua kata atau lebih yang tidak bersifat predikatif, dapat digunakan dalam analisis ini. Kerangka kerja teoritis yang digunakan dalam penelitian ini mengintegrasikan teori fraseologi dan semantik idiomatik untuk menganalisis konstruksi makna dalam lirik lagu. *Framework* analisis ini menerapkan pendekatan berlapis yang dimulai dari identifikasi struktur frasa, dilanjutkan dengan kategorisasi berdasarkan domain semantik, dan diakhiri dengan interpretasi makna kontekstual. Dalam konteks ini, penelitian menggunakan kerangka kategorisasi frasa idiomatik yang mencakup metafora tubuh dan perasaan, personifikasi abstrak, metafora visual, metafora cahaya, metafora alam, dan metafora suara dan suasana sebagai instrumen analisis utama. Kerangka kerja ini memungkinkan penelitian untuk tidak hanya mengidentifikasi bentuk struktural frasa idiomatik, tetapi juga mengungkap dimensi makna yang terkandung dalam setiap kategori idiomatik yang ditemukan dalam lirik lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi. Pendekatan metodologis yang mana menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif,

yang digunakan ketika penjelasan tertulis diperlukan. Pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk menguraikan secara mendalam fenomena sosial dan makna dibalik data dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta fokus pada konteks dan pengalaman subjek penelitian. Seperti halnya penelitian ini yang berusaha mengungkap bentuk frasa idiomatik dalam lirik lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi, kemudian dijelaskan secara deskriptif (Setiadi, 2024). Hal ini sejalan dengan pendapat Setiadi, (2024) yang menyatakan bahwa metode kualitatif sering digunakan dalam penelitian bahasa dan sastra karena bertujuan menemukan makna dibalik fenomena yang belum banyak dikenal, terutama berupa ungkapan idiomatik yang memperkaya makna dan ekspresi dalam karya sastra maupun seni verbal kontemporer.

Data dalam penelitian ini berupa lirik lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi yang diduga mengandung berbagai bentuk frasa idiomatik. Sumber data penelitian ini adalah keseluruhan teks lirik lagu tersebut yang terdapat dalam album "Berhati" yang dirilis pada 20 Februari 2020. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan metode simak dengan cara mengamati secara teliti penggunaan frasa idiomatik dalam lirik lagu. Menurut Wahidah & Wijaya, (2017), metode simak melibatkan proses menyimak penggunaan bahasa yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti membaca atau menyimak tulisan gaya bahasa dan diksi yang ditemukan pada lirik lagu Sal Priadi "Dalam Diam". Teknik sadap, yang mengumpulkan data dengan menyimak dan membaca lirik lagu secara menyeluruh, adalah teknik dasar yang digunakan. Teknik catat, yang mengumpulkan data penting pada kartu data yang kemudian dianalisis, adalah teknik lanjutan yang digunakan. Metode agih, yaitu metode yang menggunakan bahasa sebagai alat penentu satuan data, digunakan untuk melakukan analisis data. Selain itu, satuan data lingual dibagi menjadi bagian-bagian penyusunnya menggunakan metode unsur langsung (BUL). serta teknik lesap yang bertujuan untuk menentukan kadar unsur tersebut dengan cara menghilangkan bagian tertentu dari satuan lingual.

Temuan dari analisis data penelitian ini disajikan menggunakan metode formal dan informal. Metode formal menggunakan kaidah, aturan, atau pola bahasa seperti rumus, tabel, gambar, dan bagan. Metode ini berguna untuk menyajikan hasil analisis secara sistematis dan terstruktur sehingga memudahkan pemahaman pembaca. Sedangkan metode informal digunakan untuk menjelaskan fenomena kebahasaan secara deskriptif, menggunakan bahasa sehari-hari tanpa simbol matematis (Wahidah & Wijaya, 2017). Pendekatan ini penting untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana frasa idiomatik dalam lirik lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi berfungsi sebagai ekspresi artistik dan komunikasi budaya, sehingga penelitian ini tidak hanya mengungkap makna linguistik, tetapi juga kontribusinya dalam interaksi sosial dan estetika bahasa Indonesia kontemporer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terhadap lirik lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi, penelitian ini berhasil mengidentifikasi enam frasa idiomatik yang mencerminkan karakteristik penggunaan bahasa figuratif dalam genre musik indie kontemporer. Penetapan jumlah data ini didasarkan pada prinsip saturasi data, di mana enam frasa idiomatik yang teridentifikasi telah memenuhi representasi keseluruhan karakteristik idiomatik dalam lagu tersebut dan mencerminkan tema introspeksi serta perenungan diri yang menjadi fokus utama karya Sal Priadi. Kategorisasi frasa idiomatik dalam penelitian ini mengadopsi kerangka teoritis yang dikembangkan berdasarkan pendekatan semantik kognitif yang mengklasifikasikan ungkapan idiomatik berdasarkan domain pengalaman manusia (Zulfadhli, 2017). Sistem kategorisasi ini

mencakup enam domain utama: metafora tubuh dan perasaan, personifikasi abstrak, metafora visual, metafora cahaya, metafora alam, dan metafora suara dan suasana. Pendekatan kategorisasi ini memungkinkan analisis yang sistematis terhadap cara konstruksi makna idiomatik dibentuk melalui proyeksi pengalaman konkret ke dalam domain abstrak (Sinaga, 2023).

Temuan penelitian ini menunjukkan konsistensi dengan hasil penelitian Dongalemba, (2018) yang mengidentifikasi variasi pola struktural dalam frasa idiomatik, namun dengan konteks yang berbeda. Sementara penelitian Prasetyo & Haryadi fokus pada pola pembentukan dalam karya sastra prosa, penelitian ini mengungkapkan bahwa lirik lagu juga memiliki kompleksitas struktural yang serupa. Hasil ini juga memperkuat temuan Dewia & Haryadi, (2023) mengenai fungsi komunikatif frasa idiomatik dalam konteks musik, dengan memberikan perspektif yang lebih mendalam tentang kategorisasi makna berdasarkan domain semantik. Berikut adalah hasil penelitian yang menunjukkan klasifikasi frasa idiomatik yang ditemukan dalam lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi sebagaimana dalam tabel-1.

Tabel-1 Analisis Frasa Idiomatik dalam Lirik Lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi

Frasa Idiomatik	Struktur	Kategori Makna
Kepak irama di dada	V + N + Prep + N	Metafora tubuh/emosi
Diam menabuh raga	N + V + N	Personifikasi abstrak
Sudut kerling matamu	N + V + N	Metafora visual
Pancarkan terang cahaya	V + Adj + N	Metafora cahaya
Masih gerimis yang kecil / Kan jelang kujadi petir-petir yang hebat	N + Adj / V + N + Adj	Metafora alam
Riuhnya bergemuruh di udara	N + V + Prep + N	Metafora suara/atmosfer

Sumber: (Tjiptono, 2022)

Analisis struktur menunjukkan dominasi pola Nomina + Verba + Nomina (N+V+N) yang ditemukan pada frasa "Diam menabuh raga" dan "Sudut kerling matamu". Pola ini mencerminkan konstruksi idiomatik yang memberikan agency atau kemampuan bertindak kepada konsep abstrak, menciptakan personifikasi yang kuat dalam konteks lirik. Temuan ini sejalan dengan karakteristik frasa idiomatik yang dikemukakan oleh Ahdillah dkk., (2020) mengenai kemampuan frasa idiomatik untuk mentransformasikan makna literal menjadi makna figuratif yang lebih kompleks.

Data 1: Frasa "Kepak irama di dada"

Konstruksi frasa ini memanfaatkan metafora tubuh dengan proyeksi gerakan sayap burung ke dalam domain pengalaman emosional. Secara idiomatik, frasa ini mengekspresikan ritme emosional yang tidak beraturan akibat gejolak perasaan internal. Penggunaan verba "kepak" menciptakan visualisasi dinamis yang menggambarkan intensitas perasaan yang dialami subjek lirik.

Data 2: Frasa "Diam menabuh raga"

Frasa ini menunjukkan paradoks semantik melalui personifikasi konsep abstrak "diam" dengan kemampuan melakukan tindakan fisik "menabuh". Konstruksi ini menciptakan kontras antara keheningan dan aksi, menggambarkan bagaimana ketidakbersuaraan dapat memiliki dampak fisik dan emosional yang signifikan terhadap tubuh.

Data 3: Frasa "Sudut kerling matamu"

Metafora visual dalam frasa ini memanfaatkan pengalaman inderawi penglihatan untuk membangun makna komunikatif yang tidak verbal. Idiomatik ini mengacu pada ekspresi mata yang mengandung komunikasi tersembunyi atau perasaan yang tidak terungkapkan secara eksplisit.

Data 4: Frasa "Pancarkan terang cahaya"

Metafora cahaya dalam konstruksi ini merujuk pada domain spiritual dan pencerahan. Secara idiomatik, frasa ini menyimbolkan inspirasi, harapan, atau energi positif yang dipancarkan individu. Dalam konteks introspektif lagu, frasa ini berfungsi sebagai elemen optimisme di tengah perenungan diri.

Data 5: Frasa "Masih gerimis yang kecil / Kan jelang kujadi petir-petir yang hebat"

Metafora alam kontrasif ini menggunakan fenomena cuaca untuk menggambarkan transformasi personal. Perbandingan antara "gerimis" sebagai representasi keadaan lemah dengan "petir" sebagai simbol kekuatan menciptakan narasi pertumbuhan dan aktualisasi potensi diri.

Data 6: Frasa "Riuhnya bergemuruh di udara"

Metafora suara dan atmosfer ini menggambarkan kondisi internal yang bergejolak melalui proyeksi fenomena akustik ke domain emosional. Makna idiomatiknya merujuk pada intensitas perasaan kompleks atau situasi yang penuh ketegangan psikologis. Temuan penelitian ini memperkuat teori fraseologi yang dikemukakan oleh Prasetyo, (2023) mengenai frasa idiomatik sebagai konstruksi bahasa yang memiliki konotasi simbolik. Penggunaan enam kategori metafora dalam lirik "Dalam Diam" menunjukkan kompleksitas sistem makna yang dibangun melalui proyeksi lintas-domain, dari pengalaman konkret menuju pemahaman abstrak. Hal ini konsisten dengan pendekatan semantik kognitif yang menekankan peran pengalaman embodied dalam pembentukan makna linguistik. Kontribusi frasa idiomatik terhadap tema introspektif lagu menciptakan lapisan makna yang lebih mendalam dibandingkan penggunaan bahasa literal. Penggunaan metafora tubuh, alam, dan sensorik memperkaya tema keheningan batin yang menjadi fokus utama lagu, menciptakan paradoks produktif antara kesunyian dan intensitas emosional. Karakteristik ini sejalan dengan ciri musik indie kontemporer yang cenderung menggunakan bahasa artistik dan simbolik untuk mengeksplorasi tema psikologis dan filosofis (Tjiptono, 2022).

Analisis ini mengungkapkan bahwa frasa idiomatik berfungsi sebagai mediator makna dan elemen estetis yang meningkatkan kualitas artistik. Keragaman struktur frasa idiomatik juga berkontribusi pada ritme dan flow lirik, menciptakan harmoni antara elemen linguistik dan musikal. Temuan ini menunjukkan kemampuan Sal Priadi dalam mengintegrasikan elemen bahasa figuratif dengan komposisi musik untuk menghasilkan karya yang koheren dan bermakna. Dalam konteks sosio-kultural, analisis frasa idiomatik dalam lagu "Dalam Diam" mengungkapkan refleksi nilai dan pandangan hidup masyarakat Indonesia kontemporer. Fokus pada introspeksi dan kontemplasi diri mencerminkan kecenderungan generasi muda untuk melakukan refleksi internal di tengah dinamika kehidupan modern yang semakin kompleks. Pemanfaatan metafora alam seperti "gerimis" dan "petir" menunjukkan kontinuitas hubungan antara pengalaman manusia dengan fenomena alam, yang merupakan karakteristik budaya Indonesia yang masih mempertahankan kedekatan dengan alam sebagai sumber inspirasi dan wisdom tradisional (Farid, 2020).

Sementara itu, metafora tubuh dan sensorik menunjukkan cara masyarakat Indonesia mengekspresikan emosi melalui pengalaman fisik dan inderawi, mencerminkan tradisi oral yang kuat dalam budaya Nusantara. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun medium musik indie merupakan fenomena kontemporer, namun tetap mempertahankan akar budaya lokal dalam penggunaan bahasa figuratif. Secara

keseluruhan, temuan penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang penggunaan frasa idiomatik dalam musik indie Indonesia kontemporer. Hasil analisis menunjukkan bahwa frasa idiomatik tidak hanya berfungsi sebagai ornamen estetik, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan introspektif yang mendalam. Kategorisasi berdasarkan domain semantik yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat menjadi model analisis untuk karya-karya musik indie lainnya, serta memberikan perspektif baru tentang kekayaan bahasa figuratif dalam konteks musik populer Indonesia (Sudaryanto, 2015).

SIMPULAN

Berdasarkan analisis frasa idiomatik dalam lirik lagu "Dalam Diam" karya Sal Priadi, penelitian ini berhasil mengidentifikasi enam frasa idiomatik dengan struktur beragam, yaitu: "Kepak iramanya di dada", "Diam menabuh raga", "Sudut kerling matamu", "Pancarkan terang cahaya", "Masih gerimis yang kecil / Kan jelang kujadi petir-petir yang hebat", dan "Riuhnya bergemuruh di udara". Temuan menunjukkan dominasi pola Nomina + Verba + Nomina (N+V+N) yang menciptakan efek personifikasi kuat dalam konteks lirik introspektif. Kategorisasi frasa idiomatik berdasarkan domain semantik menghasilkan enam kategori: metafora tubuh dan perasaan, personifikasi abstrak, metafora visual, metafora cahaya, metafora alam, dan metafora suara dan suasana. Setiap kategori berkontribusi pada pembentukan tema introspektif dan kontemplasi diri, menciptakan dimensi artistik yang memperkaya ekspresi emosional dalam genre musik indie kontemporer Indonesia. Penggunaan frasa idiomatik terbukti menciptakan paradoks semantik yang menjadi karakteristik distintif dalam karya Sal Priadi. Implikasi akademik penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori fraseologi dalam konteks musik populer Indonesia, khususnya dalam menganalisis konstruksi makna idiomatik melalui pendekatan semantik kognitif. Secara praktis, temuan ini dapat dimanfaatkan sebagai materi pembelajaran bahasa Indonesia yang kontekstual, memungkinkan pendidik menggunakan lirik lagu sebagai media pembelajaran frasa idiomatik yang lebih menarik dan relevan bagi peserta didik. Bagi musisi dan pencipta lagu, hasil penelitian menunjukkan potensi frasa idiomatik sebagai instrumen estetik untuk menciptakan karya yang memiliki kedalaman makna dan nilai budaya.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus analisis yang terbatas pada satu karya musik dari satu musisi, sehingga generalisasi temuan memerlukan validasi melalui penelitian serupa pada korpus yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini belum mengeksplorasi aspek prosodi dan musikologis yang dapat mempengaruhi interpretasi makna frasa idiomatik dalam konteks performance musik. Penelitian lanjutan disarankan untuk menganalisis frasa idiomatik pada karya musisi indie Indonesia lainnya guna memperoleh pemahaman komparatif tentang penggunaan bahasa figuratif dalam musik kontemporer. Kajian interdisipliner yang mengintegrasikan analisis linguistik dengan musikologi dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif. Dokumentasi dan preservasi penggunaan frasa idiomatik dalam konteks budaya populer perlu didukung untuk memperkaya khazanah bahasa Indonesia dan mempertahankan vitalitas bahasa dalam era digital kontemporer.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahdillah, M. Z. I., Hartono, R., & Yuliasri, I. (2020). English - Indonesian Translation of Idiomatic Expressions Found in The Adventure of Tom Sawyer: Strategies Used and Resulted Equivalence. *English Education Journal*, 10(4), 480–492. <https://doi.org/10.15294/eej.v10i4.38990>
- Ayu, A. N. S. & Haryadi. (2024). Konstruksi Frasa Idiomatik dan Pemaknaannya dalam Cerita Pendek Alun-Alun Seribu Patung Karya Danarto. *Jurnal Basataka*, 7(1), 188-193.
- Dewia, M. L., & Haryadi. (2023). Analisis Frasa Endosentris Pada Opini “Makna Penyanderaan Pilot Di Papua” Surat Kabar Kompas E-Paper Edisi 4 Mei 2023. *Jurnal Ilmiah SARASVATI*, 5(2), 123–141.
- Dongalemba, R. M. (2018). Fungsi Eksternal Dan Kategori Frase Nomina Bahasa Melayu Manado. *Kajian Linguistik*, 6(1), 38–51. <https://doi.org/10.35796/kaling.6.1.2018.24781>
- Endalie, D., Haile, G., & Taye, W. (2023). Deep learning-based idiomatic expression recognition for the Amharic language. *PLoS ONE*, 18(12 December), 1–14. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0295339>
- Erniat, & Mudarsep. (2022). Klasifikasi Pola Frasa Ajektival Bahasa Teon. *Kibas Cenderawasih*.
- Farid, E. K. (2020). Sintaksis Bahasa Indonesia Dan Bahasa Arab (Studi Analisis Kontrastif Frasa, Klausa, Dan Kalimat). *Jurnal Bahtsuna*, 2(1), 1–23.
- Nasir, C. & Ufairah, A. (2023). Idiomatic Expression Used by the Acehnese Novelist Arafat Nur in the Novel *Tanah Surga Merah*. *Studies in English Language and Education*, 10(1), 537-555.
- Prasetyo, D. (2023). *Pengembangan E-Modul Interaktif Berbasis Problem Based Learning Pada Materi Gaya Menggunakan Aplikasi Flip Pdf Professional Di Sekolah Dasar*. 183(2), 153–164.
- Prasetyo, D. R., & Haryadi. (2023a). Konstruksi Frasa Idiomatik dalam Novel Orang-Orang Biasa Karya Andrea Hirata. *Journal of Language Education, Linguistics, and Culture*, 3(2), 137–145.
- Prasetyo, D. R., & Haryadi. (2023b). Konstruksi Frasa Idiomatik dalam Novel Orang-Orang Biasa Karya Andrea Hirata. *J-LELC: Journal of Language Education, Linguistics, and Culture*, 3(2), 137–145. <https://doi.org/10.25299/j-lelc.2023.13051>
- Putri, F.M.R.B., & Afifulloh, M. (2025). Analysis of Idiom Translation from English Idiom into Bahasa Indonesia in the subtitle of Spellbound Movie. *Suara Bahasa: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 3(2), 75-83.
- Rostina. (2024). Pentingnya Penggunaan Bahasa Indonesia Sebagai Alat Komunikasi. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(9), 188–191.
- Rosyidah, U., Hasanudin, C., & Amin, A. K. A. (2021). Kajian Frasa Pada Novel Trauma Karya Boy Candra. *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA*, 3(01), 10–20. <https://doi.org/10.46772/semantika.v3i01.460>
- Setiadi, G. (2024). *Bahasa Sebagai Simbol Peradaban Kehidupan Manusia Dalam Berkomunikasi Dan Bersosialisasi*. 2(1), 1–24.
- Sinaga, D. (2023). Buku Ajar Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif). In *UKI Press*.
- Sudaryanto. (2015). Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa. *Duta Wacana University*.
- Tjiptono, F. (2022). Service Management, Mewujudkan Layanan Prima. *Andi*.
- Wahidah, Y. L., & Wijaya, H. (2017). Analisis Kesantunan Berbahasa Menurut Leech Pada Tuturan Berbahasa Arab Guru Pondok Pesantren Ibnu Qoyyim Putra Yogyakarta Tahunajaran 2016/2017 (Kajian Pragmatik). *Jurnal Al Bayan: Jurnal Jurusan Pendidikan Bahasa Arab*, 9(1). <https://doi.org/10.24042/albayan.v9i1.1239>
- Zulfadhli, M. (2017). Makna Idiomatik Repetisi pada Kumpulan Puisi Perempuan Wali Kota Karya Suryatati A Manan. *Geram*, 5(1), 1–7. [https://doi.org/10.25299/geram.2017.vol5\(1\).405](https://doi.org/10.25299/geram.2017.vol5(1).405)

Kemampuan Berbahasa Disabilitas Tunaganda pada Tiktok @Brandonsahcio: Perspektif Pembelajaran Tunaganda

Language Skills of Multiple Disabilities on Tiktok @Brandonsahcio: A Multiple Disability Learning Perspective

Lasmana Fajar Hapriyanto, Heppy Agi Rosalia, Revita Inggeten Boru Sitepu, & Mintowati

Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

Korespondensi: Jalan Lidah Wetan, Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya, Jawa Timur.

Surel: lasmana.23044@mhs.unesa.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v7i1.1807>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 05/10/2025

Direvisi: 28/01/2026

Publikasi: 31/01/2026

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Keterlambatan Berbicara;

Psikolinguistik;

Tunaganda;

Tunagrahita

Keywords:

Mental Retardation;

Multiple Disabilities;

Psycholinguistics;

Speech Delay;

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kemampuan berbahasa anak tunaganda, khususnya keterampilan berbicara dan menyimak, serta menjelaskan pembelajaran bahasa dan perkembangannya dalam aspek kognitif dan psikomotorik melalui media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik simak dan catat. Subjek penelitian adalah Brandon Sahcio, individu dengan tunaganda yang mengalami tunagrahita dan *speech delay*. Sumber data berupa video pembelajaran bahasa dan interaksi sosial yang diunggah pada akun TikTok @brandonsahcio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan berbahasa Brandon mengalami perkembangan secara bertahap. Pembelajaran bahasa yang dilakukan secara berulang, kontekstual, dan didukung oleh lingkungan keluarga terbukti membantu meningkatkan keterampilan berbicara dan menyimak. Perkembangan tidak hanya terlihat pada aspek verbal, tetapi juga pada penggunaan komunikasi nonverbal dan kemampuan interaksi sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa hambatan kognitif dan keterlambatan berbicara tidak sepenuhnya menghalangi anak tunaganda dalam mengembangkan kemampuan berbahasa apabila memperoleh stimulasi yang konsisten dan bermakna. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai ruang pembelajaran bahasa informal yang mendukung perkembangan komunikasi anak tunaganda.

ABSTRACT

This study aims to describe the language skills of a child with multiple disabilities, particularly speaking and listening skills, and to explain language learning and its development in cognitive and psychomotor aspects through TikTok as a social media platform. This study employs a descriptive qualitative approach using observation and note-taking techniques. The research subject is Brandon Sahcio, an individual with multiple disabilities experiencing intellectual disability and speech delay. The data sources consist of videos depicting language learning activities and social interactions uploaded on the TikTok account @brandonsahcio. The findings indicate that Brandon's language abilities have shown gradual development over time. Language learning conducted through repetitive and contextual practices, supported by the family environment, has proven effective in improving speaking and listening skills. Development is evident not only in verbal communication but also in nonverbal communication and social interaction abilities. These findings suggest that cognitive limitations and speech delay do not entirely hinder children with multiple disabilities from developing language skills when consistent and meaningful stimulation is provided. This study concludes that social media can function as an informal language learning space that supports the communication development of children with multiple disabilities.

PENDAHULUAN

Bahasa berperan penting bagi manusia sebagai sarana utama dalam membangun komunikasi, membentuk identitas, serta mengembangkan kemampuan kognitif dan sosial. Dalam kajian linguistik dan pendidikan, kemampuan berbahasa mencakup empat keterampilan dasar, yaitu menyimak, berbicara, membaca, dan menulis (Priatna & Setyarini, 2019; Anjelina & Tarmini, 2022). Keempat keterampilan tersebut saling berkaitan dan berperan penting dalam proses adaptasi sosial individu, termasuk bagi anak berkebutuhan khusus.

Kemampuan berbahasa tidak hanya dimiliki oleh individu tipikal, tetapi juga oleh individu dengan disabilitas. Namun, proses pemerolehan dan perkembangan bahasa pada anak berkebutuhan khusus berlangsung dengan karakteristik yang berbeda, bergantung pada jenis dan tingkat hambatan yang dialami. Salah satu kelompok anak berkebutuhan khusus yang memiliki kompleksitas tinggi dalam pembelajaran bahasa adalah anak dengan tunaganda, yaitu individu yang mengalami dua atau lebih hambatan perkembangan, baik secara fisik, sensorik, maupun kognitif (Sulati, 2020). Kombinasi hambatan tersebut menyebabkan anak tunaganda menghadapi tantangan ganda dalam memahami dan memproduksi bahasa, sehingga memerlukan pendekatan pembelajaran yang adaptif dan berkelanjutan.

Dalam konteks tunaganda, hambatan kognitif seperti tunagrahita dan gangguan perkembangan bahasa seperti *speech delay* sering kali berdampak langsung pada keterampilan berbicara dan menyimak. Tunagrahita ditandai dengan kemampuan intelektual di bawah rata-rata yang memengaruhi proses berpikir, pemahaman, serta adaptasi sosial individu (Puspitasari dkk., 2016; Effendi, 2009). Sementara itu, *speech delay* ditandai dengan keterlambatan kemampuan berbicara dibandingkan anak seusianya, yang menyebabkan keterbatasan dalam mengekspresikan gagasan secara verbal meskipun kemampuan bahasa reseptif relatif masih dapat berkembang (Nilawati & Suryana, 2018; Saputri, 2023). Kondisi ini membuat anak tunaganda sering memanfaatkan komunikasi nonverbal sebagai strategi kompensasi dalam berinteraksi.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, pembelajaran bahasa tidak lagi terbatas pada ruang pendidikan formal. Media sosial telah berkembang menjadi ruang interaksi sosial sekaligus ruang pembelajaran informal yang memungkinkan terjadinya proses komunikasi secara multimodal melalui kombinasi unsur visual, audio, dan teks. Platform TikTok, misalnya, menyediakan konten video pendek yang bersifat berulang, kontekstual, dan interaktif, sehingga berpotensi mendukung perkembangan keterampilan menyimak dan berbicara, khususnya bagi individu dengan kebutuhan khusus. Pemanfaatan media video daring sebagai sarana stimulasi bahasa terbukti mampu memperkuat kemampuan menyimak dan berbicara melalui paparan audiovisual yang konsisten (Hapriyanto dkk., 2024).

Namun demikian, kajian mengenai tunaganda selama ini masih lebih banyak berfokus pada komunikasi nonverbal dalam interaksi sosial langsung atau pada intervensi di lingkungan pendidikan formal (Mahendra, 2020). Penelitian yang menempatkan media sosial sebagai ruang pembelajaran bahasa informal bagi anak tunaganda, khususnya dalam mengamati perkembangan keterampilan berbicara dan menyimak secara berkelanjutan, masih relatif terbatas. Padahal, dokumentasi interaksi linguistik yang terekam dalam media sosial dapat memberikan gambaran empiris yang kaya mengenai peran pengulangan ujaran, konteks sosial, serta dukungan lingkungan keluarga dalam mendukung perkembangan bahasa anak tunaganda (Wijaya dkk., 2024).

Selain itu, keberhasilan pembelajaran bahasa pada anak berkebutuhan khusus tidak dapat dilepaskan dari aspek penerimaan sosial dan dukungan keluarga. Lingkungan keluarga yang menerima kondisi anak, memberikan stimulasi bahasa secara konsisten, serta menciptakan suasana komunikasi yang positif berperan penting dalam mendukung perkembangan kemampuan berbahasa dan kepercayaan diri anak dengan disabilitas (Faradina, 2016; Tambunan, 2020).

Berdasarkan celah penelitian tersebut, penelitian ini menganalisis kemampuan berbahasa Brandon Sahcio, seorang individu dengan tunaganda yang mengalami tunagrahita dan *speech delay*, melalui dokumentasi interaksi pembelajaran bahasa pada akun TikTok @brandonsahcio. Fokus penelitian diarahkan pada keterampilan berbicara dan menyimak, serta pada aspek verbal dan nonverbal yang muncul dalam proses pembelajaran bahasa yang berlangsung secara informal dan didukung oleh lingkungan keluarga. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah: (1) mendeskripsikan kemampuan berbahasa Brandon Sahcio, khususnya keterampilan berbicara dan menyimak; (2) mengidentifikasi karakteristik tunaganda berupa tunagrahita dan *speech delay* yang tercermin dalam penggunaan bahasa verbal dan nonverbal; serta (3) menjelaskan pembelajaran bahasa pada anak tunaganda dan perkembangannya dalam aspek kognitif dan psikomotorik melalui media sosial TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam kajian komunikasi dan pembelajaran bahasa inklusif berbasis media digital, serta kontribusi praktis bagi pendidik dan keluarga dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pendukung pembelajaran bahasa bagi anak tunaganda.

TINJAUAN PUSTAKA

Tunaganda dan Kompleksitas Perkembangan Bahasa

Tunaganda merupakan kondisi ketika seorang individu mengalami dua atau lebih hambatan perkembangan yang dapat meliputi aspek fisik, sensorik, maupun kognitif. Kombinasi hambatan tersebut menyebabkan anak tunaganda memiliki kebutuhan komunikasi dan pembelajaran yang lebih kompleks dibandingkan anak dengan hambatan tunggal (Sulati, 2020). Hambatan ganda ini berdampak langsung pada kemampuan anak dalam memahami serta memproduksi bahasa, sehingga proses komunikasi sering kali berlangsung secara lambat dan membutuhkan dukungan berkelanjutan.

Heward (2021) menjelaskan bahwa anak dengan tunaganda umumnya mengalami keterbatasan komunikasi yang signifikan, baik pada aspek ekspresif maupun reseptif. Oleh karena itu, pembelajaran bahasa bagi anak tunaganda perlu difasilitasi melalui strategi yang adaptif, termasuk pemanfaatan komunikasi verbal, nonverbal, serta dukungan lingkungan sosial yang konsisten. Dalam praktiknya, keterbatasan bahasa verbal sering dikompensasi melalui penggunaan isyarat, ekspresi visual, sentuhan, dan bentuk komunikasi alternatif lainnya (Killoran, 2007; Mursita, 2015).

Selain hambatan komunikasi, anak tunaganda juga sering mengalami keterlambatan perkembangan motorik dan kognitif yang memengaruhi respons linguistik. Hallahan dan Kauffman (2005) menegaskan bahwa hambatan ganda dapat menyebabkan keterlambatan dalam aktivitas motorik dan pemrosesan bahasa, sehingga intervensi pendidikan dan terapi perlu dilakukan secara terpadu dan kontekstual. Dengan demikian, pembelajaran bahasa pada anak tunaganda tidak dapat dipisahkan dari aspek kognitif, motorik, dan sosial secara menyeluruh.

Tunagrahita dan Implikasinya terhadap Kemampuan Berbahasa

Tunagrahita merupakan kondisi keterbatasan intelektual yang ditandai dengan kemampuan kognitif di bawah rata-rata serta hambatan dalam adaptasi sosial dan akademik. Individu dengan tunagrahita umumnya memiliki tingkat kecerdasan intelektual (IQ) ≤ 70 , yang berdampak pada kemampuan berpikir abstrak, memahami instruksi kompleks, serta mengolah bahasa (Puspitasari dkk., 2016).

Effendi (2009) menyatakan bahwa anak tunagrahita cenderung mengalami kesulitan dalam memahami struktur kalimat yang panjang dan kompleks, serta memerlukan pengulangan dalam proses pembelajaran bahasa. Keterbatasan tersebut menyebabkan keterampilan berbicara dan menyimak berkembang lebih lambat dibandingkan anak seusianya. Studi kasus mengenai anak tunagrahita berat juga menunjukkan bahwa pengembangan komunikasi fungsional membutuhkan latihan yang konsisten dan berorientasi pada konteks kehidupan sehari-hari (Lubis, 2018; Afiffah & Soendari, 2017).

Meskipun demikian, tunagrahita tidak sepenuhnya meniadakan potensi perkembangan bahasa. Dengan dukungan lingkungan yang tepat dan metode pembelajaran yang sesuai, anak tunagrahita tetap dapat meningkatkan kemampuan berbahasa, khususnya pada aspek komunikasi praktis yang digunakan dalam interaksi sosial sehari-hari (Santrock, 2019).

***Speech delay* dalam Perspektif Psikolinguistik**

Speech delay atau keterlambatan berbicara merupakan gangguan perkembangan bahasa yang ditandai dengan keterlambatan kemampuan produksi ujaran dibandingkan anak-anak seusianya. Anak dengan *speech delay* umumnya mengalami kesulitan dalam mengucapkan kata, menyusun kalimat, serta mengekspresikan gagasan secara verbal (Nilawati & Suryana, 2018).

Dalam perspektif psikolinguistik, keterlambatan berbicara tidak selalu berkaitan dengan keterbatasan pemahaman bahasa. Saputri (2023) menjelaskan bahwa banyak anak dengan *speech delay* memiliki kemampuan bahasa reseptif yang relatif baik, tetapi mengalami hambatan pada aspek ekspresif. Oleh karena itu, anak sering memanfaatkan komunikasi nonverbal sebagai sarana untuk menyampaikan maksud.

Faktor penyebab *speech delay* dapat bersifat biologis maupun lingkungan. Faktor biologis meliputi gangguan neurologis dan pendengaran, sedangkan faktor lingkungan berkaitan dengan kurangnya stimulasi verbal dan interaksi komunikasi di rumah (Muslimat dkk., 2020). Pendekatan stimulasi bahasa melalui aktivitas bercerita dan interaksi verbal terbukti membantu anak dengan *speech delay* meningkatkan kemampuan berbicara secara bertahap (Budiarti dkk., 2023).

Pembelajaran Bahasa pada Anak Tunaganda

Pembelajaran bahasa bagi anak tunaganda memerlukan pendekatan yang holistik dan berpusat pada kebutuhan individu. Smith (2006) menekankan bahwa pengembangan kemampuan bahasa pada anak dengan hambatan ganda harus dilakukan melalui latihan berulang, dukungan emosional, serta keterlibatan aktif keluarga dan pendidik. Lingkungan yang responsif terhadap upaya komunikasi anak berperan besar dalam meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi belajar bahasa.

Dalam konteks pembelajaran bahasa informal, interaksi sehari-hari yang berlangsung secara natural dapat menjadi sarana efektif untuk melatih keterampilan menyimak dan berbicara. Metode pengulangan ujaran, pemberian umpan balik positif, serta penyederhanaan struktur bahasa terbukti membantu anak tunaganda memahami dan memproduksi bahasa secara lebih efektif (Priatna & Setyarini, 2019). Keberhasilan

pembelajaran bahasa juga sangat dipengaruhi oleh penerimaan keluarga terhadap kondisi anak serta konsistensi dalam memberikan stimulasi bahasa (Nijland dkk., 2018).

Perkembangan media digital membuka peluang baru dalam pembelajaran bahasa bagi anak tunaganda. Media sosial memungkinkan terjadinya interaksi linguistik yang bersifat multimodal, berulang, dan kontekstual. Dokumentasi interaksi tersebut dapat menjadi sumber data penting untuk memahami perkembangan kemampuan berbahasa anak tunaganda dalam konteks sosial yang lebih luas.

Posisi Penelitian dalam Kerangka Teoretis

Berdasarkan kajian pustaka tersebut, dapat disimpulkan bahwa kemampuan berbahasa anak tunaganda dipengaruhi oleh kombinasi faktor kognitif, linguistik, dan lingkungan sosial. Penelitian ini menempatkan pembelajaran bahasa sebagai proses dinamis yang tidak hanya berlangsung dalam konteks pendidikan formal, tetapi juga dalam interaksi sosial sehari-hari yang dimediasi oleh teknologi digital. Dengan menganalisis kemampuan berbahasa anak tunaganda melalui media sosial TikTok, penelitian ini mengisi celah kajian dalam studi komunikasi dan pembelajaran bahasa inklusif berbasis media digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami secara mendalam fenomena kemampuan berbahasa pada anak tunaganda berdasarkan data empiris yang diperoleh secara natural, tanpa melakukan pengujian hipotesis. Pendekatan kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti mengkaji data secara kontekstual sesuai dengan kondisi subjek penelitian serta fokus pada makna dan proses yang terjadi dalam pembelajaran bahasa (Maxwell, 2012).

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Brandon Sahcio, seorang individu dengan tunaganda yang mengalami tunagrahita dan *speech delay*. Pemilihan subjek didasarkan pada pertimbangan bahwa Brandon secara aktif terlibat dalam proses pembelajaran bahasa yang terdokumentasi secara berkelanjutan melalui media sosial. Objek penelitian difokuskan pada kemampuan berbahasa Brandon, khususnya keterampilan menyimak dan berbicara, yang ditampilkan melalui interaksi verbal dan nonverbal dalam video pada akun TikTok @brandonsahcio.

Sumber Data

Sumber data penelitian berupa video-video yang diunggah pada akun TikTok @brandonsahcio. Video yang dianalisis menampilkan aktivitas pembelajaran bahasa dan interaksi sosial Brandon dengan anggota keluarga maupun dengan individu lain dalam berbagai konteks komunikasi. Media sosial sebagai sumber data kualitatif memungkinkan peneliti mengamati praktik komunikasi secara natural, kontekstual, dan berulang dalam kehidupan sehari-hari, sehingga relevan untuk mengkaji perkembangan kemampuan berbahasa Brandon @brandonsahcio.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik simak dan catat. Peneliti menyimak secara cermat setiap video yang telah dipilih, kemudian mencatat data linguistik dan perilaku komunikasi yang relevan dengan fokus penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: (1) menyeleksi video yang sesuai dengan tujuan penelitian; (2) menyimak isi video secara berulang untuk

memperoleh pemahaman yang komprehensif; dan (3) mencatat data ke dalam kategori analisis yang telah ditentukan. Teknik simak dan catat lazim digunakan dalam penelitian linguistik kualitatif untuk memperoleh data bahasa yang muncul secara alami dalam konteks komunikasi nyata.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Data yang telah dikumpulkan diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu: (1) aspek verbal, yang meliputi pengucapan kata, penyusunan kalimat, dan respons verbal; (2) aspek nonverbal, yang mencakup ekspresi wajah, gerak tubuh, dan kontak mata; serta (3) aspek interaksi sosial, yang meliputi respons terhadap lawan bicara dan tingkat keterlibatan dalam situasi komunikasi.

Setelah diklasifikasikan, data dianalisis dengan cara mendeskripsikan pola-pola kemampuan berbahasa yang ditunjukkan oleh subjek serta perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dengan mengaitkannya pada konsep tunaganda, tunagrahita, *speech delay*, serta pembelajaran bahasa dalam perspektif psikolinguistik.

Keabsahan Data

Untuk menjaga keabsahan data, peneliti melakukan pengamatan berulang terhadap video yang sama guna memastikan konsistensi temuan. Selain itu, data dianalisis secara cermat dengan mengacu pada teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, sehingga interpretasi yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip validitas dalam penelitian kualitatif yang menekankan ketepatan interpretasi dan keterlacakan data (Maxwell, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kemampuan Berbahasa Brandon Sahcio

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap video-video yang diunggah pada akun TikTok @brandonsahcio, Brandon Sahcio merupakan individu dengan tunaganda yang mengalami tunagrahita dan *speech delay*. Kondisi tersebut memengaruhi kemampuan berbahasa Brandon, khususnya pada keterampilan berbicara dan menyimak. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan berbahasa Brandon tidak bersifat statis, melainkan mengalami perkembangan secara bertahap seiring dengan berlangsungnya proses pembelajaran bahasa yang dilakukan secara berulang dan didukung oleh lingkungan keluarga.

Perkembangan kemampuan berbahasa tersebut tampak pada meningkatnya kemampuan Brandon dalam merespons pertanyaan, memahami instruksi, serta merangkai ujaran sederhana dalam konteks komunikasi sehari-hari. Temuan ini menunjukkan bahwa hambatan kognitif dan keterlambatan berbicara tidak sepenuhnya menghalangi potensi anak tunaganda untuk mengembangkan kemampuan berbahasa apabila mendapatkan stimulasi yang konsisten, kontekstual, dan bermakna. Dengan demikian, pembelajaran bahasa pada anak tunaganda perlu dipahami sebagai proses jangka panjang yang progresif, bukan sebagai capaian instan.

Kemampuan Berbicara Brandon

Pada tahap awal dokumentasi video, kemampuan berbicara Brandon masih ditandai oleh keterbatasan artikulasi dan struktur kalimat. Brandon kerap mengalami kesulitan dalam melafalkan bunyi tertentu serta menghasilkan ujaran yang belum padu secara sintaksis. Ujaran yang dihasilkan umumnya berupa kata tunggal atau frasa sederhana yang diulang, terutama ketika Brandon diminta untuk merespons pertanyaan. Kondisi

ini sejalan dengan karakteristik anak tunagrahita yang mengalami keterlambatan dalam pemrosesan kognitif dan penguasaan struktur bahasa (Effendi, 2009; Puspitasari dkk., 2016).

Seiring berjalannya waktu, hasil pengamatan menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan dalam kemampuan berbicara Brandon. Brandon mulai mampu mengucapkan kata dengan lebih jelas, menyusun kalimat sederhana, serta memberikan respons verbal yang lebih relevan terhadap pertanyaan yang diajukan. Peningkatan tersebut tampak jelas pada video-video yang menampilkan proses pembelajaran bahasa secara berulang, di mana anggota keluarga memberikan contoh ujaran dan mendorong Brandon untuk menirukan serta memproduksi ujaran secara mandiri. Strategi pengulangan dan pemberian model bahasa ini terbukti efektif dalam membantu anak dengan *speech delay* mengembangkan keterampilan berbicara (Nilawati & Suryana, 2018).

Dari perspektif psikolinguistik, pengulangan ujaran dan stimulasi verbal yang konsisten berperan penting dalam memperkuat hubungan antara pemahaman bahasa dan produksi ujaran. Brandon tidak hanya meniru ujaran secara mekanis, tetapi juga mulai menunjukkan pemahaman terhadap struktur dan makna ujaran yang digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Hal ini mengindikasikan bahwa proses pembelajaran bahasa yang berlangsung bersifat bermakna dan kontekstual, bukan sekadar latihan verbal tanpa pemahaman.

Kemampuan Menyimak Brandon

Kemampuan menyimak Brandon pada tahap awal masih terbatas. Brandon memerlukan pengulangan instruksi dan waktu yang relatif lebih lama untuk memahami pertanyaan atau pernyataan yang disampaikan oleh lawan bicara. Dalam beberapa situasi, Brandon terlihat mengulang kata atau frasa yang didengarnya sebelum memberikan respons, yang menunjukkan adanya proses pemrosesan bahasa yang berlangsung secara lambat. Pola ini selaras dengan karakteristik tunagrahita yang memengaruhi kecepatan dan ketepatan pemahaman bahasa.

Namun, pada video-video yang diunggah dalam periode selanjutnya, Brandon menunjukkan peningkatan kemampuan menyimak yang cukup signifikan. Brandon mulai mampu memahami pertanyaan dengan lebih cepat dan memberikan respons yang sesuai tanpa harus mengulang seluruh ujaran yang didengar. Perkembangan ini menunjukkan adanya peningkatan pada aspek kognitif dan bahasa reseptif, yang merupakan fondasi penting dalam pembelajaran bahasa (Santrock, 2019).

Peningkatan kemampuan menyimak ini juga berkaitan erat dengan pembelajaran bahasa yang dilakukan secara kontekstual dan berulang. Lingkungan komunikasi yang konsisten memungkinkan Brandon terbiasa dengan pola ujaran tertentu, sehingga pemahaman bahasa berkembang secara bertahap. Temuan ini menegaskan bahwa kemampuan menyimak pada anak tunaganda dapat ditingkatkan melalui paparan bahasa yang intensif dan bermakna dalam konteks kehidupan sehari-hari.

Aspek Nonverbal dalam Komunikasi Brandon

Selain aspek verbal, hasil penelitian menunjukkan bahwa Brandon secara aktif memanfaatkan komunikasi nonverbal dalam berinteraksi. Pada tahap awal, Brandon sering menggunakan ekspresi wajah, kontak mata, serta gerakan tangan untuk mendukung atau menggantikan ujaran verbal yang belum dapat diungkapkan secara optimal. Pola komunikasi ini merupakan karakteristik umum pada anak dengan *speech delay* yang masih mengalami hambatan dalam mengekspresikan gagasan secara lisan (Saputri, 2023).

Perkembangan kemampuan nonverbal Brandon juga menunjukkan perubahan yang positif. Pada video-video yang lebih baru, ekspresi wajah Brandon tampak lebih fokus dan stabil, gerakan tubuhnya lebih terkontrol, serta kontak mata dengan lawan bicara lebih konsisten. Perubahan ini mengindikasikan adanya perkembangan pada aspek psikomotorik dan regulasi diri yang turut mendukung efektivitas komunikasi secara keseluruhan. Komunikasi nonverbal tidak lagi sekadar berfungsi sebagai pengganti ujaran verbal, tetapi menjadi bagian integral dari proses interaksi sosial yang lebih kompleks. Pola komunikasi nonverbal tersebut juga sejalan dengan temuan penelitian mengenai perbedaan dan fungsi komunikasi verbal dan nonverbal dalam berbagai konteks interaksi sosial (Widiyanarti dkk., 2024).

Interaksi Sosial dan Peran Lingkungan Keluarga

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi sosial Brandon berkembang secara signifikan seiring dengan meningkatnya kemampuan berbahasanya. Pada tahap awal, interaksi sosial Brandon masih terbatas pada lingkungan keluarga dan membutuhkan pendampingan intensif. Brandon cenderung pasif dan hanya merespons ketika mendapatkan arahan langsung dari anggota keluarga. Namun, pada video-video yang lebih baru, Brandon tampak lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain di luar lingkungan keluarga, termasuk dalam konteks kerja dan interaksi sosial sehari-hari.

Perkembangan ini menunjukkan bahwa kemampuan berbahasa berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan kualitas interaksi sosial. Semakin baik kemampuan Brandon dalam memahami dan memproduksi bahasa, semakin besar pula partisipasinya dalam situasi komunikasi sosial. Hal ini menegaskan bahwa pembelajaran bahasa tidak hanya berdampak pada aspek linguistik, tetapi juga pada perkembangan sosial dan emosional anak tunaganda.

Peran lingkungan keluarga dalam proses ini sangat menonjol. Dukungan emosional, pengulangan ujaran, serta pemberian umpan balik positif dari anggota keluarga terbukti membantu Brandon mengembangkan kemampuan berbahasa dan interaksi sosialnya. Dukungan keluarga dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai fasilitator komunikasi, tetapi juga sebagai sumber penerimaan sosial yang berpengaruh terhadap perkembangan kepercayaan diri anak dengan disabilitas (Michael dkk., 2022). Temuan ini sejalan dengan pandangan Smith (2006) yang menekankan pentingnya keterlibatan keluarga dalam pengembangan komunikasi anak dengan hambatan ganda.

Pembahasan dalam Konteks Pembelajaran Bahasa Anak Tunaganda

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelajaran bahasa pada anak tunaganda bersifat progresif dan sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Meskipun Brandon mengalami tunagrahita dan *speech delay*, kemampuan berbahasanya tetap dapat berkembang melalui pembelajaran yang konsisten, kontekstual, dan berbasis interaksi sosial. Proses pembelajaran bahasa yang terdokumentasi melalui media sosial TikTok memberikan gambaran empiris bahwa pembelajaran bahasa tidak selalu harus berlangsung dalam konteks pendidikan formal.

Media sosial berfungsi sebagai ruang pembelajaran bahasa informal yang memungkinkan terjadinya interaksi linguistik secara natural, berulang, dan bermakna. Dokumentasi interaksi tersebut memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengamati perkembangan kemampuan berbahasa anak tunaganda secara longitudinal. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa hambatan kognitif dan linguistik bukanlah penghalang mutlak bagi anak tunaganda untuk mencapai perkembangan komunikasi yang lebih optimal apabila mendapatkan dukungan yang tepat dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan simpulan yaitu anak tunaganda dengan tunagrahita dan speech delay tetap memiliki potensi untuk mengembangkan kemampuan berbahasa apabila memperoleh pembelajaran yang konsisten dan didukung lingkungan sosial yang positif. Hambatan yang dimiliki tidak menghalangi perkembangan bahasa, melainkan memengaruhi kecepatan dan pola pemerolehannya. Pembelajaran bahasa melalui pengulangan, pemberian contoh kalimat, dan interaksi komunikatif berkelanjutan terbukti meningkatkan kemampuan verbal, nonverbal, serta kualitas interaksi sosial anak. Keluarga berperan penting sebagai lingkungan utama dalam stimulasi bahasa melalui dukungan emosional dan keterlibatan aktif. Selain itu, media sosial TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran bahasa informal dan dokumentasi perkembangan bahasa secara alami. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian pembelajaran bahasa inklusif secara teoretis dan praktis.

DAFTAR RUJUKAN

- Afifah, N., & Soendari, T. (2017). Meningkatkan kemampuan berbicara pada anak tunagrahita sedang melalui media gambar di SLB BC YPLAB Kota Bandung. *Jassi Anakku*, 17(1), 47-54. <https://ejournal.upi.edu/index.php/jassi/article/view/7657>
- Anjelina, N., & Tarmini, W. (2022). Keterampilan Berbicara Siswa Sekolah Dasar pada Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7327–7333. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3495>
- Budiarti, E., Kartini, R. D., Putri, S., Indrawati, Y., & Daisiu, K. F. (2023). Penanganan Anak Keterlambatan Berbicara (*Speech delay*) Usia 5-6 Menggunakan Metode Bercerita Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4(02), 112-121. <https://doi.org/10.59141/japendi.v4i02.1584>
- Branella [@brandonsahcio]. (n.d.). Profil TikTok. TikTok. <https://www.tiktok.com/@brandonsahcio? t=ZS-90IbM6trLmP& r=1>
- Faradina, Novira. (2016). Penerimaan diri pada orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus. *Psikoborneo: jurnal ilmiah psikologi* 4 (1).
- Hapriyanto, L. F., Sari, S. P., Hidayatullah, M. R., & Mintowati. (2024). Penggunaan Media Video YouTube “SD36 Bagaimana Menyimak yang Efektif” dalam Pembelajaran Keterampilan Menyimak. *Paramasastra : Jurnal Ilmiah Bahasa Sastra Dan Pembelajarannya*, 11(2), 289–301. <https://doi.org/10.26740/paramasastra.v11n2.p289-301>
- Hallahan, D. P., & Kauffman, J. M. (2005). *Exceptional Learners: Introduction to Special Education (10th ed.)*. Boston: Allyn & Bacon.
- Heward, W. L., & Orlansky, M. D. (2021). *Exceptional Children: An Introduction to Special Education*. Boston, Massachusetts: Pearson Education
- Killoran, J. (2007). Causes of Deafblindness. In *Deafblindness and Communication: Practical Guidance for Working with Children and Young People*. London: David Fulton Publishers.
- Lubis. (2018). Kemampuan Berbahasa Pada Anak Penderita Tunagrahita Berat Studi Kasus: Nurhuda Surya Finingsih di SLB Negeri 1 Padang, 2(1), 1-19. <http://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/JurnalGender/article/view/2166>
- Mahendra, O. (2020). Komunikasi Nonverbal Pada Pola Interaksi Berkebutuhan Khusus Tunaganda Di Masyarakat. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 20(1), 90-95. <https://doi.org/10.31294/jc.v20i1.8184>
- Maxwell, J. A. (2012). *A Realist Approach for Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Michael, M., Ramatillah, D. L., Dinli, D. Y., Kezia, V., & Sutardi, A. Q. I. (2022). Evaluasi Penyebab Cacat Lahir Berdasarkan Jenis Kelamin di Sumatra Selatan, Indonesia. *JFIOnline | Print ISSN 1412-1107 | E-ISSN 2355-696X*, 14(2), 112–116. <https://doi.org/10.35617/jfionline.v14i2.58>
- Mursita, R. A. (2015). Respon tunarungu terhadap penggunaan sistem bahasa isyarat indonesia (sibi) dan bahasa isyarat indonesia (bisindo) dalam komunikasi. *Inklusi*, 2(2), 221-232. <https://doi.org/10.14421/ijds.2202>

- Muslimat, A. F., Lukman, L., & Hadrawi, M. (2020). Faktor dan dampak keterlambatan berbicara (*speech delay*) terhadap perilaku anak studi kasus anak usia 3-5 tahun: kajian psikolinguistik. *Jurnal Al-Qiyam*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.33648/alqiyam.v1i1.122>
- Nijland, M., Meer, M, V, D., & Yolanda. (2018). *Anak Unik: Informasi Tentang Anak-anak Tunagrahita*. Jakarta: Gagasmedia
- Nilawati, E., & Suryana, D. (2018). Gangguan terlambat bicara (*speech delay*) dan pengaruhnya terhadap social skill anak usia dini. *Mahasiswa Pascasarjana Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Universitas Negeri Padang*, 1-8.
- Priatna, A., & Setyarini, G. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Role Playing Terhadap Keterampilan Berbicara Siswa Kelas IV SD Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 4(2), 147-159. <https://doi.org/10.23969/jp.v4i2.2139>
- Puspitasari, T., Susilo, B., & Coastera, F. F. (2016). Implementasi Metode Dempster-Shafer Dalam Sistem Pakar Diagnosa Anak Tunagrahita Berbasis Web. *Rekursif: Jurnal Informatika*, 4(1). <https://doi.org/10.33369/rekursif.v4i1.949>
- Santrock, J. W. (2019). *Child Development*. New York: McGraw-Hill Education.
- Saputri, A. (2023). *Speech delay pada Anak: Penyebab dan Penanganannya*. Jakarta: Pustaka Edukasi.
- Smith, D. D. (2006). *Introduction to Special Education: Making a Difference (6th ed.)*. Boston: Allyn & Bacon.
- Sukma, Bayu Permana, Devi Ambarwati Puspitasari, Winci Firdaus.(2024).Menilik Isu Lingkungan dan Kelestarian Alam dalam UU IKN melalui Linguistik Korpus. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*. 13(2). 255—267. doi: <https://doi.org/10.26499/rmh.v13i2.7248>
- Sulati, S. (2020). Tehnik Isyaba Solusi Untuk Mengembangkan Kemampuan Komunikasi Untuk Anak Tunaganda (Tunarungu Dan Tunanetra). *Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 4(2), 173-180. <https://doi.org/10.31326/jipgsd.v4i2.686>
- Tambunan, Syafrianto. (2020). Agama dan Kelompok Minoritas: Pendekatan Konseling dalam Kasus Difabel. *Jurnal Al-Irsyad: Jurnal Bimbingan Konseling Islam* 2 (2), 265-282. <https://doi.org/10.24952/bki.v2i2.2967>
- Widiyanarti, T., Fadianti, C. A., Yunandar, F., Ningsih, F. S., Aji, J. F., & Syifa , M. (2024). Analisis Perbedaan Pola Komunikasi Verbal dan Non-Verbal dalam Interaksi Antar Budaya. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(3), 12. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i3.3285>
- Wijaya, S., Wati, L. S., Maharani, I. N., & Nursodah, S. (2024). Kemandirian pada anak Tuna Ganda di Sekolah Dasar Luar Biasa SKH Elmyra Shanum Serang. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(1). <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jp/article/view/647>

Perbandingan Proses & Hasil Produksi Radio Visual “Suara Dari Tanah Jauh”: Konvensional vs Versi AI

Comparing the Production Process and Results of the Visual Radio Program Suara dari Tanah Jauh: Conventional vs. AI-Based Versions

Mohammad Ismed

Ilmu Komunikasi, Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia

Korespondensi: Jl. Tj. Duren Barat, Grogol Petamburan, Jakarta

Surel: mohammad.ismed@undira.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v7i1.1810>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 07/08/2025

Direvisi: 11/08/2025

Publikasi: 31/01/2026

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Artificial Intelligence;

Komparatif;

Kreativitas;

Produksi Media;

Radio Visual

Keywords:

Artificial Intelligence;

Comparative Study;

Creativity;

Media Production;

Visual Radio

ABSTRAK

Integrasi Kecerdasan Buatan (AI) dalam produksi media penyiaran telah membawa perubahan yang signifikan, baik dalam aspek teknis maupun struktur kerja serta praktik kreatif. Program radio visual berjudul “Suara dari Tanah Jauh” dipilih sebagai objek penelitian ini karena melibatkan dua pendekatan yang berbeda: produksi konvensional yang bergantung pada keterlibatan manusia dan produksi berbasis AI yang menggunakan sistem otomatis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan dalam proses produksi dan karakteristik hasil dari kedua model tersebut, dengan penekanan pada efisiensi kerja, kualitas teknis, serta dimensi estetika dan naratif. Metode yang diterapkan adalah kualitatif deskriptif-komparatif melalui observasi terhadap proses produksi, wawancara mendalam, dan analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi berbasis AI unggul dalam hal kecepatan dan konsistensi teknis, sedangkan produksi konvensional lebih kuat dalam kedalaman narasi, ekspresi emosional, dan keaslian visual. Temuan ini menegaskan bahwa AI berperan sebagai alat bantu kreatif yang mempercepat proses produksi; namun demikian, AI belum dapat sepenuhnya menggantikan fungsi manusia dalam penciptaan makna. Oleh karena itu, kolaborasi antara manusia dan AI dianggap sebagai strategi penting untuk pengembangan produksi radio visual di era media digital.

ABSTRACT

The integration of Artificial Intelligence (AI) in broadcast media production has brought about significant changes, both in technical aspects and in work structures and creative practices. The visual radio program entitled “Voices from Afar” was chosen as the object of this study because it involves two different approaches: conventional production that relies on human involvement and AI-based production that uses automated systems. This study aims to analyze the differences in the production processes and characteristics of the results of these two models, with an emphasis on work efficiency, technical quality, and aesthetic and narrative dimensions. The method applied is descriptive-comparative qualitative through observation of the production process, in-depth interviews, and content analysis. The results show that AI-based production excels in terms of speed and technical consistency, while conventional production is stronger in narrative depth, emotional expression, and visual authenticity. These findings confirm that AI serves as a creative tool that accelerates the production process; however, AI cannot yet fully replace the human function of creating meaning. Therefore, collaboration between humans and AI is considered an important strategy for the development of visual radio production in the digital media era.

PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Transformasi teknologi digital telah mengubah radio menjadi medium audio-visual di ruang digital dengan melibatkan kecerdasan buatan (AI) dalam berbagai tahap produksi media. Penerapan AI menawarkan efisiensi teknis, namun juga memunculkan persoalan mengenai peran manusia, kreativitas, dan makna dalam produksi media. Sejumlah studi menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam produksi media berkembang pesat, terutama dalam jurnalisme dan konten digital. Carlson (2015) menyoroti fenomena jurnalisme robotik dan menjelaskan bahwa sistem otomatis tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi juga memengaruhi pembagian kerja dan otoritas profesional dalam organisasi media.

Studi lain oleh Thurman, Dörr, dan Kunert (2017) mengkaji persepsi audiens terhadap konten yang dihasilkan secara otomatis. Temuan mereka menunjukkan bahwa meskipun konten berbasis AI dinilai efisien dan informatif, audiens masih lebih menghargai konten buatan manusia karena dianggap memiliki kedalaman makna dan keterlibatan emosional yang lebih kuat. Hal ini menegaskan adanya perbedaan kualitas naratif antara konten yang diproduksi oleh manusia dan sistem otomatis.

Dalam konteks pengembangan teknologi media, Pavlik dan Bridges (2022) membahas peran AI dalam produksi media imersif dan konten multimedia. Mereka menekankan bahwa meskipun AI mampu mempercepat proses produksi dan memperluas bentuk konten, kontrol kreatif manusia tetap dibutuhkan agar hasil media tidak kehilangan konteks sosial dan nilai komunikatif. Sejalan dengan itu, Sundar (2020) memperkenalkan konsep agensi mesin yang menjelaskan bahwa AI mulai berperan sebagai agen dalam proses komunikasi, meskipun masih berada dalam kendali manusia. Namun demikian, kajian yang membandingkan secara langsung produksi konvensional dengan produksi berbasis AI dalam konteks penyiaran, khususnya radio visual, masih terbatas. Penelitian yang ada cenderung berfokus pada aspek efisiensi dan otomasi, tanpa mengulas secara mendalam perbedaan proses kreatif dan hasil estetika. Selain itu, studi mengenai radio visual sebagai format hibrida audio-visual masih jarang ditemukan di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan membandingkan model produksi konvensional dan berbasis AI pada program radio visual “Suara dari Tanah Jauh” guna memahami dampaknya terhadap proses kerja, kualitas teknis, serta dimensi kreatif dan makna, sekaligus memberikan kontribusi konseptual dan praktis bagi pengembangan media penyiaran di era digital.

Landasan Teori

Terdapat beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain produksi media yang dijabarkan oleh Utterback (2015) bahwa produksi media mencakup tiga tahap utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi yang saling berkaitan dalam menghasilkan tayangan berkualitas. Dalam konteks AI, tahapan-tahapan tersebut mengalami otomasi yang mengubah peran manusia dari pelaku teknis menjadi pengendali kreatif.

Penelitian ini menggunakan teori klasik *Technological Determinism*, dari McLuhan (1964) yang berpendapat bahwa teknologi menentukan cara manusia berkomunikasi dan berpikir. Penerapan AI dalam media menegaskan pandangan ini karena mesin tidak hanya mempercepat proses kerja, tetapi juga mengubah struktur komunikasi dan ekspresi kreatif itu sendiri. Selanjutnya Jenkins (2006) turut menjelaskan mengenai konvergensi media sebagai pertemuan berbagai platform yang memungkinkan partisipasi audiens

lintas kanal. Produksi “*Suara dari Tanah Jauh*” merupakan contoh konvergensi tersebut yaitu berkaitan dengan konten radio Yng diadaptasi menjadi tayangan visual multiplatform.

Untuk *AI* dan *Creativity Framework*, Boden (2016) mengemukakan bahwa kreativitas *AI* bersifat kombinatorial atau menggabungkan data dan pola yang telah ada. Sedangkan kreativitas manusia bersifat transformasional, mencipta makna baru dari pengalaman dan konteks sosial. Pandangan ini menjadi kerangka dalam membedakan hasil produksi manusia dan mesin.

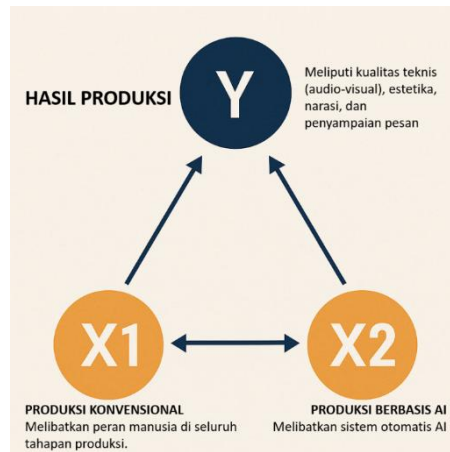
METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-komparatif. Desain deskriptif-komparatif digunakan untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan antara dua objek atau fenomena yang diteliti secara sistematis dan mendalam (Moleong, 2019). Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan membandingkan secara mendalam proses serta hasil produksi dari dua model program radio visual “*Suara dari Tanah Jauh*” dalam versi produksi konvensional dan versi yang berbasis Artificial Intelligence (*AI*). Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memahami perbedaan tidak hanya dalam aspek teknis, tetapi juga dalam dinamika kerja, keputusan kreatif, dan makna yang muncul dari masing-masing model produksi.

Program radio visual “*Suara dari Tanah Jauh*” menjadi objek penelitian ini dengan dua versi yang berbeda. Fokus utama penelitian terletak pada perbandingan antara tahapan produksi (pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi) serta karakteristik hasil akhir yang meliputi kualitas audio, visual, struktur narasi, dan nilai estetika. Pemilihan objek ini didasarkan pada kesamaan tema dan konten inti, sehingga perbedaan yang terlihat dapat langsung dikaitkan dengan variasi model produksi yang diterapkan.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, observasi dilaksanakan untuk mengamati alur kerja, pembagian tugas, serta pemanfaatan teknologi dalam proses produksi kedua versi program tersebut. Kedua, wawancara mendalam dilakukan dengan individu-individu yang terlibat dalam produksi seperti produser, penulis naskah, dan operator teknis untuk mendapatkan wawasan mengenai pertimbangan kreatif dan teknis di balik setiap keputusan produksi. Ketiga, analisis isi digunakan untuk mengevaluasi tayangan radio visual dengan fokus pada unsur audio-visual, narasi, serta pesan yang disampaikan.

Analisis data dilakukan secara komparatif-tematik dengan membandingkan temuan dari setiap teknik pengumpulan data (sebagaimana gambar-1). Proses ini dimulai dengan pengelompokan data berdasarkan tahap-tahap produksi sebelum melanjutkan ke perbandingan karakteristik hasil antara versi konvensional dan *AI*. Indikator analisis mencakup efisiensi proses kerja, kualitas teknis audio-visual, kedalaman narasi serta nilai estetika. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel komparatif beserta uraian deskriptif-analitis untuk menyoroti perbedaan dan persamaan antara kedua model produksi.



Gambar 1. Model Komparatif

Untuk memastikan keabsahan data penelitian ini, diterapkan teknik triangulasi sumber dan metode; yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan analisis isi. Pendekatan tersebut bertujuan agar temuan penelitian tidak hanya berasal dari satu sudut pandang namun merupakan konfirmasi dari berbagai sumber data relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memberikan pemahaman awal tentang perbedaan karakteristik hasil produksi antara versi konvensional dan versi yang didukung AI, perbandingan tersebut disajikan dalam format tabel. Penyajian ini bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam mengidentifikasi perbedaan utama secara singkat sebelum melanjutkan ke diskusi yang lebih mendalam pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Produksi

Aspek	Versi Konvensional	Versi AI
Audio (Narasi)	Suara manusia dengan intonasi natural, ekspresif, dan empatik.	Suara sintetis AI, stabil dan jernih, tetapi datar secara emosional.
Visual	Menggunakan footage nyata; menghadirkan realitas sosial yang autentik.	Menggunakan stok atau visual sintetis; impresif secara teknis tetapi kurang kontekstual.
Estetika	Kuat dalam emosi, tekstur visual, dan warna yang natural.	Cenderung bersih dan generik tanpa kedalaman visual.
Narasi	Dibangun dari pengalaman manusia; penuh makna sosial.	Dibangun dari sintesis data; informatif tapi kurang reflektif.
Tempo & Ritme Editing	Disesuaikan dengan perasaan dan intuisi kreator.	Ditentukan algoritma; seragam dan monoton.
Makna dan Pesan	Mengandung empati, realisme, dan kesadaran sosial.	Objektif dan netral, tetapi kehilangan sisi humanisme.

Pra-Produksi

Berdasarkan analisis pada tabel-1, perbedaan antara kedua model produksi dapat diamati sejak tahap pra-produksi. Dalam versi konvensional, proses pengembangan ide dan penulisan naskah melibatkan riset lapangan serta diskusi kreatif yang memanfaatkan pengalaman dan sensitivitas sosial dari tim produksi. Tahap ini memungkinkan terciptanya narasi yang relevan secara konteks dan memiliki kedekatan emosional dengan realita yang diangkat.

Sebaliknya, dalam versi berbasis AI, tahap pra-produksi dilakukan melalui sistem otomatis yang menghasilkan naskah berdasarkan kata kunci atau prompt tertentu. Meskipun naskah tersebut dapat disusun dengan cepat dan informatif, proses ini tidak mencakup pengalaman lapangan secara langsung. Perbedaan ini menunjukkan bahwa efisiensi yang ditawarkan oleh AI sejak awal produksi berdampak pada berkurangnya kedalaman konteks sosial dalam narasi.

Produksi

Pada fase produksi, perbedaan karakteristik antara kedua model menjadi semakin jelas. Produksi tradisional melibatkan tim manusia untuk pengambilan gambar, penataan pencahayaan, dan rekaman suara narasi. Keterlibatan langsung ini memberikan kesempatan untuk melakukan improvisasi dan penyesuaian terhadap suasana emosional baik dari subjek maupun lingkungan produksi. Sebaliknya, produksi yang menggunakan teknologi AI mengandalkan visual yang dihasilkan oleh sistem atau materi digital serta suara narator sintetis. Metode ini menghasilkan kualitas teknis yang stabil dan konsisten, namun memiliki keterbatasan dalam hal fleksibilitas kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa proses produksi belum sepenuhnya dapat menggantikan peran manusia dalam merespon dinamika situasional dan emosional selama proses produksi meskipun AI dapat meniru struktur produksi tersebut.

Pasca Produksi

Pada fase pasca-produksi, perbedaan antara kedua model terlihat dalam cara penyuntingan dilakukan. Dalam versi konvensional, proses pengeditan dilakukan secara manual dengan memperhatikan ritme, warna, dan sinkronisasi audio-visual yang dipandu oleh sensitivitas artistik editor. Metode ini memungkinkan terciptanya suasana dan emosi yang lebih mendalam.

Di sisi lain, pada versi berbasis AI, penyuntingan dilakukan menggunakan perangkat lunak otomatis yang beroperasi berdasarkan algoritma. Hasilnya adalah tampilan visual yang teratur dan konsisten, tetapi sering kali terasa mekanis dan kurang bervariasi dari segi estetika. Temuan ini mendukung hasil perbandingan yang terdapat dalam tabel-1 yaitu keunggulan AI terletak pada ketelitian teknisnya, sedangkan produksi konvensional lebih unggul dalam aspek ekspresi dan makna.

Secara keseluruhan, analisis dan hasil menunjukkan bahwa kedua model produksi memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Produksi yang didorong oleh AI terbukti efektif dalam memenuhi kebutuhan akan efisiensi dan konsistensi teknis, sementara produksi tradisional masih lebih unggul dalam menciptakan narasi yang bermakna dan emosional. Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara manusia dan AI bisa menjadi pendekatan yang lebih seimbang untuk pengembangan radio visual di era digital. Perbandingan proses produksi antara versi konvensional dan versi AI dijelaskan pada Tabel 2.

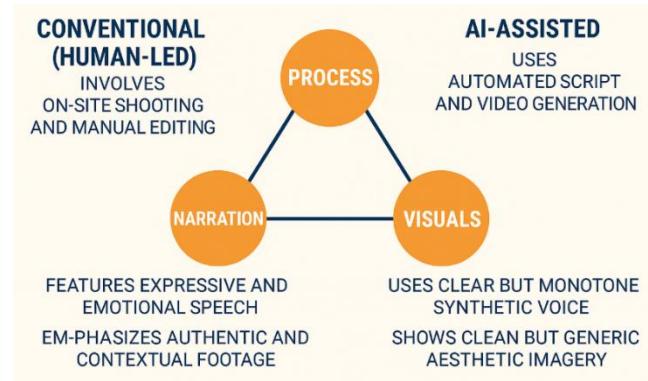
Tabel 2. Perbandingan Proses Produksi

Tahap Produksi	Produksi Konvensional (Human-Led)	Produksi Berbasis AI (System-Driven)	Implikasi Analitis
Pra-Produksi	Perumusan ide dan naskah melalui riset lapangan serta diskusi kreatif	Naskah dihasilkan otomatis berdasarkan <i>prompt</i> dan basis data	AI mempercepat proses, namun mengurangi konteks sosial
Perencanaan Visual	Storyboard disusun berdasarkan interpretasi kreator	Visual dipilih atau digenerasi sistem	Interpretasi manusia lebih reflektif
Produksi Audio	Narasi direkam oleh penyiar manusia dengan improvisasi	Suara sintetis dihasilkan sistem	Ekspresi emosional lebih terbatas pada AI
Produksi Visual	Pengambilan gambar langsung oleh kru	Visual stok atau hasil generasi AI	Autentisitas vs efisiensi
Editing	Penyuntingan manual berbasis rasa dan intuisi	Penyuntingan otomatis berbasis algoritma	Presisi meningkat, fleksibilitas menurun
Kontrol Kreatif	Tinggi, kolaboratif	Minimal, berbasis sistem	Peran manusia bergeser
Efisiensi Waktu	Relatif lama	Sangat cepat	AI unggul untuk produksi massal
Fleksibilitas	Tinggi terhadap situasi lapangan	Terbatas pada parameter sistem	AI kurang adaptif
Konsistensi Teknis	Variatif	Sangat konsisten	AI unggul secara teknis
Karakter Produksi	Kontekstual dan humanis	Rasional dan terstandar	Perlu integrasi manusia-AI

Tabel 2 menunjukkan bahwa perbedaan antara produksi konvensional dan yang berbasis AI tidak hanya terlihat dari hasil akhir, tetapi juga pada cara kerja di setiap tahap proses produksi. Dengan memahami perbedaan dalam proses ini, analisis hasil produksi yang terdapat pada tabel-1 dapat ditempatkan dalam perspektif yang lebih menyeluruh, terutama berkaitan dengan hubungan antara efisiensi teknologi, keputusan kreatif, dan makna yang dihasilkan.

Perbandingan proses produksi menunjukkan bahwa penggunaan AI secara substansial mengubah distribusi peran dalam produksi radio visual. Pada produksi tradisional, manusia terlibat secara aktif di setiap tahap, sementara dalam produksi yang didorong oleh AI, peran manusia beralih menjadi pengawas sistem. Perubahan ini menjelaskan alasan di balik keunggulan efisiensi produksi berbasis AI, meskipun cenderung menghasilkan konten yang lebih generik dan kurang kontekstual dibandingkan dengan metode produksi tradisional.

Secara keseluruhan, temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam produksi radio visual dapat berfungsi sebagai alat pendukung yang efektif untuk meningkatkan efisiensi dan kestabilan teknis. Namun demikian, AI belum mampu menggantikan peran manusia dalam menciptakan narasi yang bermakna dan emosional. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan pendekatan kolaboratif antara manusia dan AI sebagai model produksi yang paling sesuai. Hal ini menciptakan keunggulan teknis AI yang dapat digabungkan dengan kemampuan interpretatif serta kreativitas manusia untuk menghasilkan konten radio visual yang adaptif, kontekstual, dan berkelanjutan di era digital sebagaimana diilustrasikan dalam Gambar 2 berikut ini.



Gambar-2 Hasil Komparatif

SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan simpulan bahwa perbedaan antara produksi radio visual konvensional dan berbasis kecerdasan buatan (AI) tidak hanya terlihat pada hasil akhir, tetapi juga pada seluruh proses produksinya. Produksi konvensional unggul dalam ekspresi emosional, kedalaman narasi, dan kekuatan makna karena melibatkan peran aktif manusia, sedangkan produksi berbasis AI lebih menonjol dalam efisiensi waktu dan konsistensi teknis melalui sistem kerja yang terstandarisasi. Secara keseluruhan, AI berfungsi efektif sebagai alat pendukung produksi, namun belum mampu menggantikan peran manusia dalam penciptaan narasi yang bermakna, sehingga pendekatan kolaboratif antara manusia dan AI direkomendasikan sebagai model produksi radio visual yang adaptif dan berkelanjutan di era digital. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa pengembangan produksi radio visual di lingkungan akademik dan industri penyiaran perlu mulai mengadopsi model kolaboratif manusia–AI secara strategis, tidak hanya untuk meningkatkan efisiensi kerja, tetapi juga untuk menjaga kualitas naratif, konteks sosial, dan nilai kreatif dalam konten yang dihasilkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Beckett, C. (2019). *New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and AI*. London School of Economics and Political Science (LSE).
- Boden, M. A. (2016). *AI: Its nature and future*. Oxford University Press.
- Carlson, M. (2015). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416–431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
- Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1819.
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- Dörr, K. N. (2016). Mapping the field of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700–722. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748>
- European Broadcasting Union (EBU). (2023). *AI in public service media: Opportunities, use cases, and risks*. Geneva: EBU.
- Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kietzmann, J., Lee, L. W., McCarthy, I. P., & Kietzmann, T. C. (2020). Deepfakes: Trick or treat? *Business Horizons*, 63(2), 135–146. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.11.006>

- Kong, J., Kim, J., & Bae, J. (2020). HiFi-GAN: Generative adversarial networks for efficient and high-fidelity speech synthesis. *Advances in Neural Information Processing Systems (NeurIPS)*, 33, 17022–17033.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Montal, T., & Reich, Z. (2017). I, Robot. You, Journalist: Who is the “author”? *Digital Journalism*, 5(7), 829–849. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1209083>
- Newman, N. (2024). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Pavlik, J. V., & Bridges, F. (2022). *The future of news: Artificial intelligence and immersive media*. Routledge.
- Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital Journalism*, 1(2), 181–193.
- Ren, Y., Ruan, Y., et al. (2019). FastSpeech: Fast, robust and controllable text to speech. *Advances in Neural Information Processing Systems (NeurIPS)*, 32, 3171–3180.
- Singer, U., Polyak, A., Hayes, T., & Gafni, O. (2022). Make-A-Video: Text-to-video generation without text-video data. *arXiv preprint arXiv:2209.14792*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sundar, S. S. (2020). Rise of machine agency: A framework for studying the psychology of human–AI interaction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 74–88. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz026>
- Thurman, N., Dörr, K. N., & Kunert, J. (2017). When reporters get hands-on with robo-writing: Users’ perceptions of automated content. *Digital Journalism*, 5(10), 1230–1250. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1289819>
- Utomo, B., Ismed, M., & Satyahadi, A. (2025). The Use of Motion Graphics to Increase The Appeal Of Visual Radio Broadcasts. *MEDIASI Jurnal Kajian Dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 6(2), 213–221. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v6i2.1638>
- Utterback, A. H. (2015). *Studio television production and directing* (7th Ed.). Routledge.
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation: Exploring the impact on trust in news. *Social Media + Society*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>

Preferensi Mahasiswa Penyiaran terhadap Model Kerja Tim Kecil Versus Tim Lengkap dalam Produksi Audiovisual

Broadcasting Students' References for Small Team Versus Full Team Models in Audiovisual Production

Rusman Latief

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tama Jagakarsa, Jakarta, Indonesia

Jalan TB Simatupang No. 152, Tanjung Barat, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan

Surel: rusmanlatief@jagakarsa.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v7i1.1962>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 11 Januari 2026

Direvisi: 20 Januari 2026

Publikasi: 31 Januari 2026

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Preferensi Mahasiswa;

Produksi Audiovisual;

Tim Kecil;

Tim Lengkap;

Tim Produksi

Keywords:

Audiovisual Production

Full Team;

Student Preferences;

Production Team;

Small Team

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam praktik produksi audiovisual, termasuk dalam konteks pembelajaran di Program Studi Penyiaran. Salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki mahasiswa adalah kemampuan bekerja dalam tim produksi, baik dalam model tim kecil maupun tim lengkap. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi mahasiswa Program Studi Penyiaran Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta terhadap kedua model kerja tim tersebut, serta mengkaji dinamika komunikasi, efektivitas, kenyamanan, produktivitas, dan kualitas hasil produksi yang dihasilkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik deskriptif. Subjek penelitian terdiri atas 12 mahasiswa semester V yang dipilih secara *purposive sampling* dan memiliki pengalaman bekerja dalam tim kecil dan tim lengkap. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi mahasiswa terhadap tim kecil dan tim lengkap cenderung seimbang. Tim kecil dipersepsikan lebih efisien, fleksibel, dan produktif karena komunikasi yang lebih langsung serta pengambilan keputusan yang cepat. Sebaliknya, tim lengkap dinilai unggul dalam kualitas produksi melalui pembagian tugas yang jelas dan spesialisasi peran. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas kerja tim sangat dipengaruhi oleh pola komunikasi kelompok dan komunikasi antarpersonal, sehingga penerapan model kerja tim dalam pembelajaran produksi audiovisual perlu bersifat adaptif dan kontekstual.

ABSTRACT

The development of digital technology has driven significant changes in audiovisual production practices, including in the context of teaching and learning within the Broadcasting Program. One essential competency that students must develop is the ability to work effectively in production teams, both small and full teams. This study aims to analyze the preferences of Broadcasting students at the Jakarta State Polytechnic for Creative Media regarding these two teamwork models, as well as to examine communication dynamics, effectiveness, comfort, productivity, and production quality. This study employed a qualitative approach with a descriptive technique. The research participants consisted of 12 fifth-semester students selected through purposive sampling who had experience working in both small and full teams. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation, and were analyzed thematically. The findings indicate that students' preferences for small and full teams were relatively balanced. Small teams were perceived as more efficient, flexible, and productive due to more direct communication and faster decision-making processes. In contrast, full teams were perceived as producing higher-quality outcomes through clear task distribution and role specialization. These findings confirm that teamwork effectiveness is strongly influenced by group and interpersonal communication patterns; therefore, the application of teamwork models in audiovisual production education should be adaptive and contextual.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam industri media dan komunikasi, khususnya pada sektor produksi audiovisual. Hal ini berdampak langsung pada pola kerja profesional maupun proses pembelajaran di program studi penyiaran. Mahasiswa dituntut untuk mampu menghasilkan karya audiovisual non-dramatis yang kreatif, efektif, dan sesuai dengan standar industri melalui kerja tim yang solid, baik dalam model tim kecil dengan peran ganda maupun tim lengkap dengan pembagian tugas yang lebih terstruktur. Setiap model tim ini memiliki karakteristik, keunggulan, dan tantangan tersendiri yang memengaruhi pengalaman belajar, efisiensi kerja, kreativitas, serta kualitas hasil produksi.

Pemilihan model kerja tim berkaitan dengan preferensi mahasiswa. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), preferensi diartikan sebagai keutamaan, pilihan, kecenderungan, kesukaan, atau hak untuk didahulukan dan diutamakan dibandingkan dengan yang lain. Sejalan dengan itu, Wijaya, Sri, & Putri (2017) menyatakan bahwa preferensi merupakan bagian dari komponen pengambilan keputusan individu yang menunjukkan kecenderungan memilih sesuatu yang lebih disukai. Preferensi mahasiswa dalam memilih bekerja pada tim kecil atau tim lengkap dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain tuntutan jenis karya yang diproduksi, ketentuan jumlah anggota tim yang ditetapkan oleh dosen, tingkat kenyamanan interpersonal, efektivitas koordinasi, pengalaman teknis, fleksibilitas kerja, serta persepsi mahasiswa terhadap beban dan tanggung jawab dalam proses produksi.

Hingga saat ini, kajian akademik yang secara khusus meneliti preferensi mahasiswa penyiaran terhadap dinamika kerja tim kecil dan tim lengkap masih terbatas. Padahal, pemahaman mengenai preferensi ini menjadi penting untuk merancang strategi pembelajaran yang lebih efektif dalam mata kuliah produksi audiovisual. Sebagaimana dikemukakan oleh Latief & Yusiatie (2023), beberapa perguruan tinggi di Indonesia, khususnya program studi komunikasi multimedia, penyiaran, dan perfilman, memberikan tugas atau tugas akhir (TA) berupa produksi karya audiovisual yang dikerjakan dalam kelompok kecil beranggotakan tiga orang. Meskipun bekerja dalam tim yang sangat terbatas, mahasiswa tetap mampu menghasilkan karya audiovisual dengan kualitas yang baik. Dengan memahami kecenderungan, persepsi, dan pengalaman mahasiswa, institusi pendidikan dapat mengoptimalkan model kerja tim yang diterapkan dalam praktik produksi sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan pembelajaran serta tuntutan kompetensi industri.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis preferensi mahasiswa penyiaran dalam memproduksi karya audiovisual, khususnya terkait keefektifan dan tingkat kenyamanan bekerja dalam tim kecil maupun tim lengkap. Penelitian ini juga berupaya mengungkap dinamika komunikasi yang muncul pada kedua model tim, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta implikasinya terhadap proses pembelajaran dan kualitas hasil produksi mahasiswa.

TINJAUAN PUSTAKA

Karya Audiovisual

Karya audiovisual dipahami sebagai karya yang mengintegrasikan unsur suara dan gambar untuk menyampaikan pesan, informasi, maupun ekspresi kreatif kepada audiens. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta dijelaskan bahwa karya audiovisual adalah karya yang terdiri dari serangkaian gambar bergerak yang saling terkait dan dimaksudkan untuk ditayangkan menggunakan perangkat, beserta suara yang menyertainya jika ada, mencakup film, video, acara TV, bahkan game, yang dilindungi hak cipta sebagai karya sinematografi atau sejenisnya. Sejalan dengan itu, Latief

(2021) menyebut karya audiovisual terdiri dari, karya jurnalistik (berita) yaitu *hard news* (berita langsung dan *interview on air*), *soft news* (*news feature*, *new magazine*, dokumenter jurnalistik, dan investigasi) dan, karya *entertainment* (hiburan), terdiri dari, drama (film, sinetron dan film animasi) dan nondrama (program musik, *talk show*, *variety show*, *reality show*, kuis, *game show*). Dengan demikian, produksi audiovisual merupakan karya yang mengintegrasikan unsur visual dan audio secara terpadu sehingga mampu menyampaikan pesan, narasi, atau informasi yang dapat diterima oleh audiens melalui proses penglihatan dan pendengaran secara simultan.

Model Tim Kerja

Profesional yang terlibat dalam proses produksi karya audiovisual biasanya bekerja dalam struktur tim yang terbagi menjadi dua model, yaitu tim kecil dan tim lengkap, sesuai dengan skala dan kompleksitas produksi. Tim kecil umumnya terdiri dari 3–6 orang dan menekankan efisiensi, kemampuan *multi-skill*, serta *multitasking*, yakni satu individu dapat memegang lebih dari satu peran. Komposisi umum tim kecil meliputi, sutradara, produser, penulis naskah, penata kamera (yang dapat merangkap penata suara), serta editor (yang kadang merupakan orang yang sama dengan penata kamera atau penata suara). Sebaliknya, tim lengkap merupakan kelompok produksi dengan jumlah personel yang lebih besar dan terstruktur, di mana setiap peran diisi oleh tenaga profesional yang khusus sesuai bidangnya. Model ini umumnya digunakan pada produksi audiovisual berskala besar, terutama dalam konteks studio multi kamera, untuk memastikan kualitas produksi yang optimal dan koordinasi yang lebih terorganisir.

Ciri-ciri tim lengkap, mencakup jumlah personel antara 8–20 orang atau lebih, tergantung pada kompleksitas produksi. Komposisi umum tim lengkap terdiri dari produser, sutradara atau program director (PD), asisten sutradara (AD) atau *production assistant* (PA), *floor director* (FD), operator kamera (3–6 orang), *operator switcher*, penata cahaya, penata suara, penata artistik, *make-up* dan *wardrobe*, *technical director* (TD), editor, staf grafis, *playback operator*, serta kru pendukung lainnya. Model tim ini digunakan pada produksi audiovisual berskala besar, khususnya dalam konteks studio multi-kamera, untuk memastikan setiap aspek produksi ditangani oleh tenaga profesional yang memiliki keahlian khusus sesuai bidangnya, sehingga kualitas, koordinasi, dan efisiensi kerja dapat terjaga secara optimal.

Teori Komunikasi Kelompok

Teori komunikasi kelompok (*group communication theory*) memuat proses komunikasi kelompok menjadi dua jenis utama, yaitu komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) dan komunikasi kelompok besar (*large group communication*). Komunikasi kelompok kecil melibatkan jumlah anggota yang terbatas, umumnya antara 3–8 orang, sehingga setiap anggota dapat berinteraksi secara langsung dan intensif, saling bertukar makna, serta bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, seperti pemecahan masalah, pengambilan keputusan, atau *brainstorming* kreatif. Pola komunikasi dalam kelompok kecil bersifat dialogis dengan umpan balik verbal langsung, sehingga efektif untuk tugas-tugas yang kompleks dan menuntut kreativitas serta kohesi tinggi (Bonito & Staggs, 2018; Effendy, 2019). Sebaliknya, komunikasi dalam kelompok besar melibatkan jumlah anggota yang lebih banyak, berkisar dari puluhan hingga ratusan individu, sehingga interaksi langsung secara simultan antara seluruh anggota menjadi sulit untuk dilakukan. Dalam konteks ini, pola komunikasi cenderung bersifat linier atau satu arah, dengan umpan balik yang terbatas atau bersifat non-verbal, serta menitikberatkan pada pengaruh afektif, seperti persuasi massa atau motivasi kolektif. Selain itu, kelompok besar umumnya bersifat heterogen dan lebih rentan terhadap dominasi oleh sebagian anggota tertentu (Mulyana, 2020). Dalam konteks penelitian ini, preferensi mahasiswa penyiaran

terhadap model kerja tim kecil versus tim lengkap dalam produksi audiovisual, tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan teknis produksi, tetapi juga oleh karakteristik komunikasi kelompok yang membentuk efektivitas kerja, kenyamanan interaksi, dan kualitas kolaborasi selama proses produksi audiovisual.

Teori Komunikasi Antarpersonal

Teori komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication theory*) didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan, informasi, perasaan, dan makna antara dua orang atau lebih melalui interaksi langsung, baik secara verbal maupun nonverbal, yang memungkinkan terbentuknya pemahaman bersama, pembentukan serta pemeliharaan hubungan sosial, serta terjadinya pengaruh timbal balik yang dinamis. Mulyana (2020) menjelaskan bahwa komunikasi antarpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap peserta menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Definisi ini menekankan aspek langsung dan simultan dari umpan balik, yang menjadi ciri khas komunikasi interpersonal dibandingkan bentuk komunikasi lainnya.

Teori komunikasi antarpribadi penting dalam penelitian ini karena preferensi mahasiswa penyiaran terhadap model kerja tim kecil atau tim lengkap dalam produksi audiovisual dipengaruhi oleh kualitas interaksi antaranggota tim. Perbedaan struktur tim membentuk pola komunikasi yang berbeda dalam hal keterbukaan, empati, dukungan, dan kesetaraan, yang berdampak pada kenyamanan serta efektivitas kerja. Oleh karena itu, teori komunikasi antarpribadi relevan untuk menjelaskan dasar interpersonal dari pilihan mahasiswa terhadap model kerja tim produksi audiovisual.

Penelitian terdahulu

Secara khusus, hingga saat ini belum terdapat penelitian yang secara eksplisit membahas topik “Preferensi Mahasiswa Penyiaran Terhadap Model Kerja Tim Kecil Versus Tim Lengkap dalam Produksi Audiovisual”. Meskipun demikian, beberapa penelitian terdahulu yang relevan telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman mengenai preferensi mahasiswa terhadap kerja tim dalam konteks produksi audiovisual. Carvalho dkk. (2022), dalam studinya tentang pendidikan jurnalistik, menekankan bahwa kompetensi kerja tim yang mencakup keterampilan interpersonal dan pemanfaatan teknologi—berkontribusi secara substansial terhadap peningkatan performa tim dalam aktivitas produksi media. Temuan ini mengindikasikan adanya keterkaitan yang kuat antara preferensi struktur kerja tim dan keberhasilan hasil produksi di lingkungan pendidikan tinggi bidang media.

Selanjutnya, sebuah studi yang dipublikasikan dalam *Journal of New Approaches in Educational Research* (2025) mengungkapkan bahwa mahasiswa cenderung memilih model kerja tim untuk tugas kolaboratif ketika mereka memandangnya sebagai instrumen esensial bagi pembelajaran dan peningkatan performa akademik. Hal ini menyoroti bahwa preferensi terhadap model kerja tim tidak semata-mata dipengaruhi oleh ukuran tim, melainkan juga oleh interpretasi pedagogis mahasiswa terhadap esensi kolaborasi itu sendiri.

Lebih lanjut, penelitian Gogali (2017) menunjukkan bahwa dalam produksi film pendek di kalangan mahasiswa penyiaran, efektivitas kerja tim merupakan faktor determinan utama dalam mencapai kualitas karya audiovisual yang optimal. Kolaborasi antaranggota tim produksi memainkan peran krusial dalam penyelesaian beragam tugas teknis yang terlibat.

Penelitian terdahulu tersebut, umumnya membahas pentingnya kerja tim dan kolaborasi dalam pendidikan media serta produksi audiovisual, namun belum secara spesifik mengkaji preferensi mahasiswa penyiaran terhadap perbandingan model kerja tim kecil dan tim lengkap. Oleh karena itu, penelitian ini

menempati posisi untuk mengisi celah penelitian dengan menelaah preferensi mahasiswa penyiaran terhadap dua struktur tim tersebut dalam konteks produksi audiovisual, sehingga memberikan kontribusi baru dalam memahami dinamika kerja tim pada pembelajaran penyiaran.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk memahami pengalaman subjektif, persepsi, dan pertimbangan mahasiswa dalam memilih bentuk kerja tim selama proses produksi audiovisual. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna dan dinamika sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif.

Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif Program Studi Penyiaran Politeknik Negeri Media Kreatif (Polimedia) Jakarta, semester V yang memiliki pengalaman terlibat dalam produksi karya audiovisual, baik dalam tim kecil maupun tim lengkap. Pemilihan subjek penelitian ini sejalan dengan pendapat Mulyana (2020) bahwa mahasiswa Program Studi Penyiaran secara khusus mempelajari ilmu dan keterampilan produksi serta penyiaran program radio, televisi, dan media digital (Mulyana, 2020). Pemilihan partisipan dilakukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tersebut, dengan jumlah partisipan sebanyak 12 orang.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara difokuskan pada pengalaman bekerja dalam tim kecil dan tim lengkap, tantangan produksi, efektivitas komunikasi, persepsi terhadap kualitas hasil produksi, serta alasan preferensi terhadap model kerja tim tertentu. Observasi dilakukan untuk mengamati pola interaksi, pembagian peran, koordinasi kerja, dan dinamika komunikasi selama proses produksi audiovisual. Apapun rincian responden penelitian sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Inisial Responden Penelitian

Inisial	Jenis Kelamin	Umur	Semester
SDA	W	21	5
RKP	W	21	5
MIF	W	21	5
CSA	W	21	5
NAH	W	21	5
PDK	W	21	5
MIL	L	21	5
MFA	L	21	5
APH	L	21	5
ADS	L	21	5
RFH	L	21	5
RRF	L	21	5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memuat uraian mendalam mengenai temuan empiris penelitian beserta implikasinya terhadap preferensi mahasiswa program studi penyiaran dalam memilih model kerja tim pada produksi

audiovisual. Analisis difokuskan pada proses komparasi dan konfirmasi antara temuan data lapangan dengan konsep-konsep teoretis yang digunakan dalam penelitian, sehingga menghasilkan sintesis konseptual yang diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan di bidang terkait.

Tanggapan Responden Terkait Pengalaman Produksi

Pengalaman produksi dimaknai sebagai pengalaman yang diperoleh melalui keterlibatan langsung individu dalam suatu proses produksi. Latief dan Yusiatie (2023) menyebut pengalaman ini sebagai pengalaman diri sendiri, yaitu pengalaman yang dialami secara langsung, baik yang bersifat menyenangkan, lucu, mengharukan, menyedihkan, maupun membanggakan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 12 responden, seluruh responden memiliki pengalaman terlibat dalam produksi baik dengan tim kecil maupun tim lengkap. Pengalaman bekerja dalam tim kecil umumnya diperoleh melalui produksi karya seperti *news feature* atau liputan berita, sedangkan pengalaman bekerja dalam tim lengkap diperoleh melalui produksi studio dan film.

Hal tersebut, antara lain, diungkapkan oleh APH (L), yang memiliki pengalaman bekerja dalam kedua jenis tim melalui keterlibatannya di organisasi Polimedia TV. Organisasi ini secara rutin memproduksi berbagai program siaran, salah satunya program *Explore* dengan format *soft news*, yang melibatkan sembilan anggota tim, dengan APH berperan sebagai editor. Sementara itu, pengalaman bekerja dalam tim lengkap diperoleh APH saat terlibat dalam produksi film pendek, yang memiliki struktur tim lebih kompleks dan pembagian tugas yang lebih beragam.

Pengalaman serupa juga disampaikan oleh MIF (W), yang pernah bekerja dalam produksi film dokumenter dengan tim kecil sebagai penata kamera sekaligus penata cahaya, serta dalam produksi program *talk show* di studio kampus dengan peran sebagai anggota tim artistik. Responden CSA (W) juga memiliki pengalaman serupa, yaitu bekerja dalam tim kecil saat membuat konten di Polimedia TV dan dalam tim besar pada produksi studio, khususnya program *talk show*. Dengan demikian, seluruh responden memiliki pengalaman produksi audiovisual yang relatif beragam, yakni pernah terlibat dalam model kerja tim kecil maupun tim lengkap. Keceragaman ini dipengaruhi oleh tugas wajib pada beberapa mata kuliah di Program Studi Penyiaran, keterlibatan aktif dalam kegiatan organisasi kemahasiswaan Polimedia TV, serta inisiatif pribadi responden dalam memproduksi konten audiovisual untuk media televisi maupun platform digital.

Ketika diminta menjelaskan perbedaan mendasar antara tim kecil dan tim lengkap, sebagian besar responden menyatakan bahwa produksi dengan tim kecil cenderung lebih mudah dikelola dan efektif dibandingkan tim lengkap. RFH (L) menyebutkan bahwa jumlah kru yang lebih sedikit membuat proses kerja lebih sederhana dan efisien. Sebaliknya, produksi dengan tim lengkap dinilai lebih rumit karena melibatkan lebih banyak anggota, dengan kemungkinan beberapa anggota kurang memiliki minat atau komitmen optimal.

Beberapa responden menyoroti aspek finansial. RKP (W) mengemukakan bahwa dalam produksi tim kecil, beban biaya per orang cenderung lebih besar karena jumlah anggota terbatas. Sebaliknya, pada produksi tim lengkap, biaya produksi dapat dibagi ke lebih banyak anggota sehingga beban per individu relatif lebih ringan.

Perbedaan lain terletak pada pembagian peran dan fokus kerja. Dalam tim kecil, anggota sering merangkap beberapa tugas sekaligus, sedangkan dalam tim lengkap, pembagian tugas lebih terstruktur dan spesifik. MIF (W) menegaskan bahwa batas antarperan dalam tim kecil relatif tipis, sedangkan dalam tim lengkap setiap pekerjaan terstruktur jelas dan tidak dapat dikerjakan sembarangan oleh anggota lain karena dapat mengganggu alur produksi.

Temuan ini dapat dianalisis melalui perspektif teori komunikasi kelompok, yang menekankan bahwa efektivitas kerja kelompok dipengaruhi oleh ukuran kelompok, intensitas interaksi, pola komunikasi, dan tingkat koordinasi antaranggota. Dalam tim kecil, komunikasi lebih intens, langsung, dan fleksibel sehingga pengambilan keputusan dan pelaksanaan kerja lebih cepat dan efisien, sesuai dengan penilaian responden. Sebaliknya, produksi tim lengkap menunjukkan dinamika komunikasi lebih kompleks, dengan struktur komunikasi formal, hierarkis, dan tersegmentasi. Keterlibatan banyak anggota dengan latar belakang berbeda memerlukan mekanisme komunikasi terencana agar proses produksi berjalan optimal. Potensi menurunnya efektivitas kerja akibat perbedaan minat dan komitmen anggota menegaskan bahwa kualitas komunikasi interpersonal dan komitmen kelompok menjadi faktor krusial dalam menentukan kinerja tim. Dengan demikian, pengalaman produksi responden dalam tim kecil maupun tim lengkap tidak hanya mencerminkan variasi teknis produksi audiovisual, tetapi juga menunjukkan bagaimana dinamika komunikasi kelompok dan struktur peran tim membentuk preferensi, persepsi efektivitas, serta pola kerja mahasiswa Program Studi Penyiaran. Preferensi terhadap model kerja tim merupakan hasil interaksi antara pengalaman komunikasi kelompok dan pemahaman peran individu dalam sistem kerja kolektif produksi audiovisual.

Tanggapan Responden Terkait Efektifitas dan Kenyamanan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 12 mahasiswa responden, sebanyak delapan responden menyatakan bahwa bekerja dalam tim kecil dirasakan lebih efisien dan memberikan kenyamanan kerja yang lebih tinggi, sementara empat responden lainnya menilai bahwa model kerja tim lengkap lebih efektif dalam proses produksi audiovisual.

Responden ADS (L) menyatakan, “Saya lebih nyaman bekerja dalam tim kecil karena lebih efisien dan tidak terlalu banyak perbedaan pendapat dalam pengambilan ide. Meskipun harus merangkap beberapa pekerjaan, saya merasa lebih bertanggung jawab dalam menyelesaikannya.” Pernyataan tersebut sejalan dengan pandangan responden APH (L), yang mengungkapkan preferensinya terhadap model kerja tim kecil yang bersifat saling melengkapi sesuai dengan kebutuhan produksi. Menurutnya, tim kecil dinilai lebih efisien dan komunikatif karena minimnya gangguan yang muncul akibat banyaknya perbedaan pendapat dalam proses kerja.

Sementara itu, responden yang memilih bekerja dalam tim lengkap, seperti NAH (W), berpendapat bahwa tim lengkap memungkinkan pembagian kerja yang lebih merata, sehingga setiap anggota dapat fokus pada tanggung jawabnya masing-masing selama proses produksi berlangsung. Pandangan serupa disampaikan oleh RRF (L) yang menyatakan bahwa bekerja dalam tim lengkap lebih nyaman karena proses *brainstorming* menghasilkan lebih banyak ide, serta mobilisasi produksi menjadi lebih cepat karena seluruh anggota tim bekerja sesuai peran dan tanggung jawabnya.

Selain itu, RKP (W) juga menyampaikan bahwa bekerja dalam tim lengkap memberikan kenyamanan karena setiap individu dapat fokus pada tugas sesuai perannya, sehingga alur kerja menjadi lebih terarah dan hasil produksi lebih optimal. Dari empat mahasiswa yang menyatakan preferensi terhadap tim lengkap, tiga di antaranya adalah perempuan dan satu laki-laki.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa efektivitas dan kenyamanan kerja tim responden berkaitan erat dengan komunikasi antarpersonal. Pada tim kecil, intensitas komunikasi antarpersonal lebih tinggi karena interaksi berlangsung lebih langsung, umpan balik lebih cepat, dan distorsi pesan dapat diminimalkan. Hal ini membuat koordinasi dan pengambilan keputusan menjadi lebih efisien.

Sementara itu, pada tim lengkap, komunikasi antarpersonal berperan dalam menjaga koordinasi antarpersonal dan memperkaya proses *brainstorming*, meskipun interaksi menjadi lebih kompleks. Dengan kata lain, komunikasi antarpersonal menjadi faktor penting yang memengaruhi kenyamanan dan efektivitas kerja mahasiswa dalam produksi audiovisual, baik dalam tim kecil maupun tim lengkap.

Tanggapan Responden Terkait Pembagian Tugas dan Komunikasi

Dalam aspek pembagian tugas dan pola komunikasi, responden menyampaikan pandangan yang beragam. CSA (W) menuturkan bahwa dalam tim kecil pembagian tugas cenderung merangkap, tetapi komunikasi lebih lancar. Sebaliknya, pada tim lengkap, pembagian tugas lebih jelas dan komunikasi lebih terstruktur, sehingga kolaborasi kerja menjadi lebih optimal karena setiap anggota dapat fokus pada tugas masing-masing dan saling melengkapi.

RRF (L) menambahkan bahwa dalam tim kecil, setiap individu dituntut merangkap beberapa peran sehingga komunikasi antaranggota lebih mudah dan langsung. Dalam tim lengkap, pembagian tugas lebih terorganisasi sesuai divisi, namun komunikasi relatif lebih kompleks karena melibatkan lebih banyak anggota. Pandangan serupa disampaikan RKP (W), yang menyatakan bahwa tim kecil menggunakan pola komunikasi informal dan langsung, memungkinkan pengambilan keputusan cepat melalui diskusi antaranggota. Sebaliknya, dalam tim lengkap komunikasi lebih formal dan terstruktur, umumnya melalui kepala departemen sebelum diteruskan kepada anggota tim. APH (L) menegaskan bahwa pembagian tugas dalam tim kecil bersifat fleksibel dan menyesuaikan kebutuhan produksi, sementara dalam tim besar pembagian tugas lebih sistematis dan terstruktur dengan tanggung jawab divisi yang jelas.

Temuan ini mencerminkan perbedaan karakteristik komunikasi antara tim kecil dan tim lengkap yang dapat dianalisis melalui teori komunikasi kelompok kecil dan komunikasi interpersonal. Komunikasi kelompok kecil dipahami sebagai interaksi langsung antara tiga orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama, dengan ketergantungan dan umpan balik antaranggota (Afrinita & Susanti, 2023). Dalam konteks ini, fleksibilitas pembagian tugas dan komunikasi langsung pada tim kecil mencerminkan intensitas interaksi dan respons cepat antaranggota.

Komunikasi interpersonal berperan penting dalam kelancaran kerja tim kecil, memungkinkan pertukaran pesan tatap muka, umpan balik langsung, serta pemahaman makna pesan secara mendalam, sehingga koordinasi kerja lebih efektif. Sebaliknya, tim lengkap menunjukkan struktur kerja formal dengan pola komunikasi terstruktur dan hierarkis, yang mendukung kejelasan peran dan fokus kerja, tetapi mengurangi fleksibilitas dan memperlambat pengambilan keputusan.

Temuan ini sejalan dengan kajian Carvalho et al. (2022), yang menunjukkan bahwa preferensi mahasiswa terhadap model kerja tim berkaitan dengan pengembangan *teamwork competence*. Kompetensi ini terbukti meningkatkan efektivitas kolaborasi dalam produksi media, serta memfasilitasi penyelesaian tugas secara optimal sekaligus mengasah keterampilan interpersonal, menjadikan *teamwork competence* sebagai mediator yang menghubungkan kemampuan individu dengan kinerja kolektif yang lebih tinggi.

Tanggapan Responden Terkait Produktivitas dan Kualitas

Dalam aspek produktivitas dan kualitas karya audiovisual, sebagian besar responden menunjukkan perbedaan penilaian antara tim kecil dan tim lengkap. Secara umum, responden menilai bahwa produktivitas lebih tinggi pada produksi dengan tim kecil, sedangkan kualitas hasil produksi dinilai lebih unggul pada tim lengkap. Hal ini disampaikan oleh responden APH (L), yang menyatakan bahwa dari segi produktivitas, tim kecil dinilai lebih efektif, sementara dari segi kualitas, tim lengkap menunjukkan hasil yang lebih optimal.

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh responden SDA (W), yang menyatakan bahwa dalam konteks produktivitas dan kuantitas produksi dalam waktu singkat, tim kecil cenderung lebih produktif. Namun demikian, untuk menghasilkan karya dengan kualitas yang lebih baik, tim lengkap dinilai lebih unggul. Responden MIF (W) menambahkan bahwa kualitas produksi pada tim lengkap lebih optimal karena adanya tenaga yang lebih profesional dan spesifik pada setiap lini kerja. Akan tetapi, dari sisi produktivitas dalam konteks kecepatan kerja, tim kecil dinilai lebih unggul, mengingat produksi dengan tim lengkap membutuhkan persiapan yang lebih panjang dibandingkan tim kecil.

Pendapat tersebut diperkuat oleh responden ADS (L), yang menilai bahwa tim lengkap lebih berkontribusi terhadap peningkatan kualitas karya karena setiap bagian produksi memiliki penanggung jawab yang jelas. Sementara itu, responden PDK (W) menyatakan bahwa produktivitas tim kecil lebih tinggi karena jumlah kru yang terbatas memungkinkan proses kerja lebih mudah dipantau, dengan koordinasi yang berlangsung secara lebih efektif dan efisien.

Dalam aspek produktivitas dan kualitas karya audiovisual, temuan penelitian menunjukkan adanya perbedaan karakteristik kinerja antara tim kecil dan tim lengkap. Sebagian besar responden menilai bahwa produktivitas kerja lebih tinggi pada produksi dengan tim kecil, sedangkan kualitas hasil produksi lebih unggul pada tim lengkap. Temuan ini sejalan dengan kajian komunikasi dan kinerja tim yang menyatakan bahwa kelompok berukuran kecil memiliki keunggulan dalam kecepatan koordinasi, intensitas komunikasi, serta efisiensi pengambilan keputusan (Lacerenza, et al,2018). Kondisi tersebut mendukung produktivitas, terutama dalam konteks pekerjaan kreatif yang menuntut fleksibilitas dan respons cepat, sebagaimana tercermin pada pernyataan responden APH (L), SDA (W), dan PDK (W).

Sebaliknya, dari perspektif kualitas hasil kerja, tim lengkap dinilai lebih unggul karena memiliki struktur organisasi yang lebih formal, pembagian peran yang jelas, serta tingkat spesialisasi yang lebih tinggi. Tim lengkap dengan spesialisasi peran dan koordinasi yang terstruktur cenderung menghasilkan kinerja berkualitas tinggi, terutama pada tugas kompleks yang membutuhkan keahlian teknis berbeda. Hal ini selaras dengan pernyataan responden MIF (W) dan ADS (L), yang menilai bahwa keberadaan tenaga profesional pada setiap lini produksi serta tanggung jawab yang jelas dalam tim lengkap berkontribusi terhadap peningkatan kualitas karya audiovisual.

Selain itu, dari sudut pandang komunikasi interpersonal, produktivitas tim kecil juga didukung oleh pola komunikasi yang lebih langsung dan intens. DeVito (2019) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif memungkinkan terjadinya umpan balik cepat, pemantauan kerja yang lebih mudah, serta penyesuaian tugas secara fleksibel. Pola komunikasi semacam ini lebih mudah terwujud dalam tim kecil dibandingkan tim lengkap yang memiliki jalur komunikasi hierarkis dan prosedural. Dengan demikian, perbedaan antara produktivitas dan kualitas dalam tim kecil dan tim lengkap tidak semata-mata disebabkan oleh jumlah anggota, tetapi juga oleh pola komunikasi, tingkat spesialisasi, dan kompleksitas koordinasi kerja dalam proses produksi audiovisual.

Tanggapan Responden Terkait Tantangan dan Kendala

Pada aspek tantangan dan kendala, responden mengemukakan beragam pengalaman yang berbeda antara produksi dengan tim kecil dan tim lengkap. Responden RFH (L) menyatakan bahwa dalam tim kecil tantangan utama terletak pada keharusan untuk merangkap beberapa pekerjaan (*double jobs*), serta keterbatasan sumber daya yang kerap diperparah oleh lokasi pengambilan gambar yang sulit dijangkau.

Sementara itu, pada produksi dengan tim lengkap, tantangan muncul ketika terdapat anggota tim yang kurang kooperatif, sehingga menghambat kelancaran proses produksi.

Pandangan yang sedikit berbeda disampaikan oleh responden RRF (L), yang menyebutkan bahwa dalam tim kecil setiap individu harus bekerja dengan tingkat fokus yang tinggi karena merangkap beberapa tugas sekaligus. Adapun dalam tim lengkap, tantangan lebih banyak muncul akibat terlalu banyaknya ide yang berkembang, sehingga proses perencanaan produksi menjadi kurang optimal dan berpotensi menimbulkan ketidaksepahaman dalam pengambilan keputusan.

Responden DSA (W) menambahkan bahwa tantangan dalam tim kecil meliputi perangkapan tugas, tingginya ketergantungan pada individu tertentu, serta batas peran yang kurang jelas. Sebaliknya, dalam tim besar tantangan lebih dominan pada aspek komunikasi yang dinilai lebih kompleks, proses pengambilan keputusan yang relatif lambat, serta koordinasi antardivisi yang belum berjalan secara optimal.

Sejalan dengan hal tersebut, responden NAH (W) menyatakan bahwa produksi dengan tim kecil menuntut anggota tim untuk memiliki kemampuan multiskill dan melakukan multitasking, karena pembagian tugas yang tidak merata memungkinkan satu individu memegang beberapa peran sekaligus. Sementara itu, pada tim lengkap tantangan utama terletak pada kompleksitas koordinasi dan komunikasi, mengingat banyaknya pihak yang terlibat, sehingga alur kerja harus diatur secara cermat untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman (*miscommunication*).

Dalam aspek tantangan dan kendala, responden menunjukkan bahwa perbedaan struktur kerja tim kecil dan tim lengkap berdampak pada pola komunikasi serta dinamika interpersonal di antara anggota tim. Dalam tim kecil, tantangan utama yang muncul berkaitan dengan perangkapan peran (*multi-role*) dan kebutuhan untuk melakukan *multitasking*, yang menuntut kemampuan komunikasi interpersonal yang efektif agar tugas dapat diselesaikan secara bersamaan meskipun sumber daya terbatas. Komunikasi interpersonal yang lancar memungkinkan anggota saling memahami peran dan tugas yang kompleks, sehingga membantu terciptanya koordinasi yang baik meskipun anggota merangkap beberapa tugas (*interpersonal communication fosters teamwork and cooperation by enabling clearer message exchange and feedback*) (Sugiyo & Rahayu, 2024; Sulistiani et al., 2023). Selain itu, responden juga mengungkapkan bahwa batas peran yang kurang jelas dalam tim kecil dapat menimbulkan ketergantungan pada individu tertentu, sehingga komunikasi yang efektif sangat penting untuk menghindari kekacauan peran.

Sementara itu, pada tim lengkap tantangan yang dominan berkaitan dengan kompleksitas komunikasi kelompok yang lebih besar. Produksi dengan banyak anggota memerlukan jalur komunikasi yang terstruktur dan seringkali formal, sehingga koordinasi antar-divisi menjadi lebih rumit dan proses pengambilan keputusan cenderung berlangsung lebih lambat. Hal ini selaras dengan kajian komunikasi kelompok yang menunjukkan bahwa komunikasi kelompok kecil melibatkan interaksi antaranggota yang intens dan dialogis, tetapi ketika kelompok menjadi lebih besar, pola komunikasi menjadi lebih tersegmentasi dan membutuhkan koordinasi formal untuk menjaga alur kerja (*group communication in larger teams tends to be more structured and formal due to increased coordination demands*) (Afrinita & Susanti, 2023; Yunita, 2025). Kondisi ini meningkatkan kemungkinan terjadinya miskomunikasi dan hambatan koordinasi, sehingga menjadi tantangan tersendiri dalam memastikan alur kerja yang efektif dalam produksi tim lengkap.

Tanggapan Responden Terkait Preferensi Pribadi

Preferensi kerja responden terhadap penggunaan tim kecil dan tim lengkap menunjukkan kecenderungan yang relatif seimbang. Dari total 12 responden, sebanyak enam responden menyatakan

preferensi terhadap tim kecil, sementara enam responden lainnya lebih memilih bekerja dalam tim lengkap. Perbedaan preferensi ini didasarkan pada pertimbangan efektivitas kerja, beban tugas, fleksibilitas peran, serta kualitas hasil produksi.

Responden yang memilih tim kecil umumnya menilai bahwa model kerja ini lebih efisien dan menantang. PDK (W) menyatakan bahwa tim kecil memungkinkan dirinya mengerjakan lebih dari satu tugas, sehingga proses produksi dapat berlangsung lebih cepat. Pandangan serupa disampaikan MFA (L) yang menilai tim kecil lebih efektif, terutama ketika harus menyelesaikan banyak tugas dalam waktu terbatas. MIR (L) menambahkan bahwa bekerja dalam tim kecil terasa lebih menantang karena menuntut kemampuan multitasking. Sementara itu, CSA (W) memilih tim kecil karena dinilai lebih fleksibel dan memberikan kesempatan untuk mempelajari peran lain di luar tugas utama.

Sebaliknya, responden yang memilih tim lengkap menekankan pada kejelasan pembagian tugas dan struktur kerja yang lebih sistematis. RFH (L) menyatakan bahwa beban kerja dalam tim lengkap terasa lebih ringan karena setiap tugas dikerjakan secara spesifik oleh masing-masing anggota. RKP (W) menilai bahwa tim lengkap memungkinkan setiap individu fokus pada peran masing-masing, sehingga alur kerja menjadi lebih terstruktur dan efisien. Keberadaan asisten atau kru tambahan juga dianggap membantu pemerataan beban kerja dan meningkatkan kualitas hasil produksi. SDA (W) menambahkan bahwa pembagian tugas yang jelas membuat kolaborasi berjalan lebih optimal dan mengurangi kelelahan kerja, meskipun komunikasi dan pengambilan keputusan cenderung lebih kompleks. Sementara itu, APH (L) menilai tim lengkap lebih terarah dan sistematis, namun tetap mempertimbangkan penggunaan tim kecil untuk produksi yang bersifat sederhana karena dinilai lebih efisien.

Preferensi responden terhadap kerja dalam tim kecil maupun tim lengkap mencerminkan perbedaan pola komunikasi serta dinamika interpersonal yang khas pada masing-masing bentuk tim. Sebanyak enam responden menyatakan preferensi terhadap tim kecil karena pola komunikasi yang lebih langsung, fleksibel, dan responsif. Temuan ini selaras dengan literatur komunikasi tim yang menunjukkan bahwa tim berukuran kecil cenderung memfasilitasi interaksi terbuka, partisipasi aktif yang lebih tinggi, serta koordinasi yang lebih cepat dan efisien dibandingkan tim yang lebih besar. Dalam konteks ini, komunikasi kelompok kecil memungkinkan anggota untuk berinteraksi secara intensif, memberikan umpan balik secara cepat, dan melakukan negosiasi tugas bersama, sehingga mendukung pencapaian tujuan kolektif dengan lebih optimal (Lacerenza, et al, 2018).

Dengan demikian, preferensi pribadi responden terhadap bentuk tim kerja tidak semata-mata ditentukan oleh pertimbangan efisiensi operasional dan kualitas hasil produksi, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh pola komunikasi interpersonal serta dinamika interaksi yang khas dalam kelompok kecil. Temuan ini sejalan dengan literatur komunikasi tim yang menegaskan bahwa ukuran kelompok memoderasi kualitas interaksi sosial, di mana tim kecil memfasilitasi komunikasi yang lebih berkualitas, partisipasi yang lebih setara, serta kepuasan anggota yang lebih tinggi dibandingkan tim besar.

Perspektif Komunikasi Kelompok dalam Tim Kecil dan Tim Lengkap

Perspektif komunikasi kelompok dalam preferensi responden dalam tim kecil dan tim lengkap menunjukkan bahwa ukuran dan struktur tim produksi memengaruhi pola komunikasi serta dinamika kerja para responden. Tim kecil cenderung memiliki struktur sederhana dengan komunikasi langsung dan dialogis, sehingga koordinasi serta pengambilan keputusan menjadi lebih cepat. Sebaliknya, tim lengkap memiliki struktur formal dan hierarkis, yang membuat keputusan lebih sistematis namun memakan waktu lebih lama.

Struktur tersebut juga memengaruhi pembagian peran, tim kecil menuntut fleksibilitas dan peran ganda, sedangkan tim lengkap menerapkan spesialisasi fungsi yang tegas. Selain itu, tingkat kedekatan antar anggota lebih tinggi pada tim kecil, yang mempermudah adaptasi dalam produksi berskala sederhana. Pada tim lengkap, kompleksitas anggota memerlukan mekanisme koordinasi yang lebih terencana guna menghindari hambatan struktural.

Terkait efektivitas, tim kecil lebih unggul untuk proyek sederhana, sementara tim lengkap lebih efektif untuk produksi skala besar dengan pembagian tugas yang rinci. Tantangan yang dihadapi pun berbeda, tim kecil terhambat oleh beban kerja ganda, sedangkan tim lengkap rentan terhadap miskomunikasi akibat jalur birokrasi yang panjang. Oleh karena itu, preferensi mahasiswa bersifat situasional, bergantung pada jenis proyek dan tujuan produksi yang ingin dicapai. Hal ini sebagaimana terlihat dalam Tabel 2.

Tabel 2. Perspektif Teori Komunikasi Kelompok dalam Tim Kecil dan Tim Lengkap

Komunikasi Kelompok	Tim Kecil	Tim Lengkap	Interpretasi Makna
Ukuran dan struktur kelompok	Kelompok kecil, struktur sederhana	Kelompok besar, struktur formal	Ukuran kelompok menentukan kompleksitas interaksi dan koordinasi
Pola interaksi	Intensif dan dialogis	Tersegmentasi dan berjenjang	Kelompok kecil mendorong partisipasi aktif, kelompok besar menuntut sistem komunikasi formal
Pengambilan keputusan	Cepat dan kolektif	Terpusat dan sistematis	Kelompok kecil mempermudah konsensus; kelompok besar memerlukan kepemimpinan kuat
Pembagian peran	Fleksibel dan multi-peran	Spesifik, terspesialisasi	Diferensiasi peran meningkat seiring bertambahnya ukuran kelompok
Koordinasi kerja	Sederhana dan adaptif	Kompleks dan terencana	Kompleksitas koordinasi meningkat pada kelompok besar
Efektivitas produksi	Tinggi untuk proyek sederhana	Tinggi untuk proyek besar	Efektivitas bersifat kontekstual
Hambatan komunikasi	Beban kerja dan multi peran	Risiko miskomunikasi struktural	Hambatan komunikasi dipengaruhi oleh struktur kelompok
Preferensi Responden	Dipilih karena efisiensi	Dipilih karena profesionalisme	Preferensi mencerminkan persepsi efektivitas kerja kelompok

Tanggapan Responden Terkait Perspektif Komunikasi Antarpersonal dalam Tim Kecil dan Tim Lengkap

Perspektif komunikasi antarpersonal dalam tim kecil dan tim lengkap menunjukkan, adanya perbedaan kualitas komunikasi antarpersonal antara model kerja tim kecil dan tim lengkap dalam produksi audiovisual mahasiswa penyiaran. Tim kecil ditandai oleh kedekatan relasional yang tinggi akibat intensitas interaksi yang lebih sering, sehingga mendorong keterbukaan komunikasi dan pertukaran umpan balik secara langsung. Sebaliknya, pada tim lengkap, komunikasi antarpersonal berlangsung dalam struktur peran yang lebih formal dan fungsional. Kedekatan relasional antaranggota relatif terbatas, keterbukaan komunikasi berada pada tingkat moderat, dan umpan balik disampaikan melalui jalur komunikasi yang terstruktur, sehingga penyelesaian konflik cenderung dilakukan secara prosedural.

Perbedaan pola komunikasi tersebut memengaruhi preferensi responden terhadap model kerja tim. Mahasiswa yang mengutamakan kenyamanan interaksi dan kedekatan interpersonal cenderung memilih tim kecil, sedangkan responden yang menilai kejelasan peran dan orientasi profesional sebagai faktor utama lebih memilih tim lengkap. Hal ini sebagaimana terlihat dalam Tabel 3.

Tabel 3. Perspektif Teori Komunikasi Antarpersonal dalam Tim Kecil dan Tim Lengkap

Komunikasi Antarpersonal	Tim Kecil	Tim Lengkap	Interpretasi Makna
Kedekatan relasional	Tinggi	Terbatas	Interaksi berulang memperkuat relasi interpersonal
Keterbukaan komunikasi	Tinggi	Seimbang	Kelompok kecil mendorong self-disclosure dan kepercayaan
Umpan balik	Cepat dan langsung	Tidak langsung	Kecepatan umpan balik memengaruhi efektivitas koordinasi
Empati dan pemahaman	Lebih kuat	Terbagi	Empati berkembang melalui interaksi intens
Resolusi konflik	Langsung dan informal	Formal dan prosedural	Pola penyelesaian konflik mengikuti struktur hubungan
Kenyamanan psikologis	Tinggi	Bergantung struktur	Psychological safety lebih mudah terbentuk dalam tim kecil
Kepercayaan antaranggota	Tinggi	Dibangun secara bertahap	Kepercayaan menjadi fondasi komunikasi efektif
Gaya komunikasi	Personal dan fleksibel	Profesional dan fungsional	Gaya komunikasi dipengaruhi tujuan dan konteks kerja
Motivasi kerja	Dipicu kedekatan personal	Dipicu profesionalisme peran	Faktor relasional dan instrumental memengaruhi motivasi
Preferensi responden	Dipilih karena kenyamanan interaksi	Dipilih karena batas peran jelas	Preferensi dipengaruhi kualitas hubungan interpersonal

Tanggapan Responden Terkait Harapan dan Saran

Pada aspek harapan dan saran, secara umum responden menekankan pentingnya penerapan praktik produksi audiovisual di lingkungan kampus yang mendekati standar profesional industri, meskipun dalam

konteks pembelajaran. Pendekatan ini dinilai esensial untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman kerja tim yang realistis dan relevan dengan tuntutan dunia kerja. Oleh karena itu, penggunaan tim kecil maupun tim lengkap dipandang perlu diterapkan secara fleksibel, disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan setiap proyek produksi.

ADS (L) menyatakan bahwa kerja tim, baik dalam format tim kecil maupun tim lengkap, harus bersifat adaptif dan fleksibel. Setiap anggota tim perlu memahami tugas serta tanggung jawabnya secara jelas, didukung oleh sistem komunikasi yang sederhana namun efektif, serta koordinasi yang terus-menerus diperbarui. Praktik briefing sebelum produksi dan evaluasi pasca-produksi dianggap krusial sebagai bagian dari proses pembelajaran reflektif yang berkelanjutan.

Pandangan serupa dikemukakan oleh CSA (W), yang menekankan bahwa jumlah anggota tim bukanlah faktor penentu utama keberhasilan produksi audiovisual. Yang lebih penting adalah kejelasan pembagian peran dan tugas yang terstruktur serta efisien, sehingga proses produksi dapat berlangsung optimal, baik dalam tim kecil maupun tim lengkap. Pendekatan ini selaras dengan teori komunikasi interpersonal yang menyoroti bahwa kejelasan peran mengurangi ambiguitas pesan, meminimalkan potensi konflik, serta meningkatkan efektivitas interaksi antaranggota (DeVito, 2022).

Sementara itu, MIF (W) mengharapkan penerapan sistem produksi yang ideal dan adaptif di kampus, dengan melatih mahasiswa melalui kerja dalam tim lengkap guna menjembatani kesenjangan pengalaman saat memasuki industri profesional. Di sisi lain, kampus juga perlu menyediakan ruang bagi tim kecil dalam proyek sederhana yang menuntut kreativitas dan fleksibilitas tinggi. Faktor pendukung seperti ketersediaan peralatan produksi yang mudah diakses, serta budaya kerja yang terbuka, saling mendukung, dan kolaboratif, dinilai sangat penting untuk menciptakan lingkungan komunikasi yang kondusif.

Secara keseluruhan, harapan responden sejalan dengan pendekatan experiential learning, yang menekankan pembelajaran melalui pengalaman langsung. Pendekatan ini memungkinkan mahasiswa tidak hanya memahami konsep secara teoretis, tetapi juga mengembangkan keterampilan komunikasi, kerja sama tim, dan pengambilan keputusan dalam situasi nyata (Morris, 2020). Pendekatan fleksibel ini juga mendukung penguatan kompetensi teknis sekaligus keterampilan komunikasi interpersonal dan kelompok, sehingga mahasiswa lebih siap menghadapi dinamika industri kreatif. Hal ini sebagaimana terlihat dalam Tabel 4.

Tabel 4. Unsur-Unsur Penilaian Responden Terhadap Tim Kecil dan Tim Lengkap

Unsur	Tim Kecil	Tim Lengkap
Proses kreatif	Cepat	Lambat
Komunikasi	Langsung/cepat	Terstruktur/lambat
Keputusan	Cepat	Lama
Biaya	Kecil	Besar
Produksi	Kuantitas	Kualitas
Kualitas karya	Unggul	Lebih unggul
Keterampilan	Multiskill dan Multitasking	Spesialisasi
Alur kerja	Fleksibel	Terstruktur/sistimatis
Tugas	Kurang jelas	Jelas
Proses produksi	Efisien efektif	Tidak efektif/lambat

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan simpulan bahwa mahasiswa Program Studi Penyiaran Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta memiliki preferensi yang relatif seimbang antara kerja dalam tim kecil dan tim lengkap, yang masing-masing memiliki keunggulan dan tantangan komunikasi tersendiri. Tim kecil memungkinkan komunikasi yang lebih intens, fleksibel, dan interpersonal sehingga mendukung pengambilan keputusan cepat, keterpaduan kelompok, serta pengembangan multiskill, meskipun berpotensi menimbulkan beban kerja ganda. Sebaliknya, tim lengkap menawarkan struktur kerja yang jelas, pembagian peran yang terspesialisasi, dan kualitas produksi yang lebih mendekati standar profesional, namun dengan kompleksitas komunikasi dan koordinasi yang lebih tinggi. Temuan ini menegaskan keterkaitan erat antara komunikasi kelompok dan komunikasi antarpribadi dalam menentukan efektivitas produksi audiovisual, sehingga penerapan model kerja tim dalam pembelajaran perlu bersifat adaptif dan kontekstual agar mampu meningkatkan kualitas karya sekaligus mempersiapkan mahasiswa menghadapi tuntutan kolaborasi di industri media.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrinita, Y., & Susanti, M. (2023). Peran Komunikasi Interpersonal dan Kelompok dalam Konteks Pendidikan: Meningkatkan Keterampilan Komunikasi untuk Peningkatan Pembelajaran dan Prestasi Akademik. *Cognoscere: Jurnal Komunikasi dan Media Pendidikan*, 1(1), 19–27. <https://doi.org/10.61292/cognoscere.v1i1.22>
- Belbin, R. M., & Brown, V. (2023). *Team Roles at Work* (3rd ed.). Routledge.
- Bonito, J. A., & Staggs, S. (2018). Small Group Communication Communication in The Real World: An Introduction to Communication Studies. *University of Minnesota Libraries Publishing*. <https://pressbooks.nvcc.edu/cst110hurley/chapter/small-group-communication/>
- Broadcastmagz.(2017).*Broadcasting-Politeknik Negeri Media Kreatif (PoliMedia)*. <https://www.broadcastmagz.com/broadcasting-politeknik-negeri-media-kreatif-polimedia/>. Diakses, 06 April 2017.
- Carvalho, F. A., Ren, Y., & Argote, L. (2022). Teamwork Competence in Journalism Education: Evidence from TV. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 864243.
- DeVito, J. A. (2022). *The Interpersonal Communication Book* (16th ed.). Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik* (Edisi ke-29). PT Remaja Rosdakarya.
- Fuller, M., Kamans, E., van Vuuren, M., Wolfensberger, M., & de Jong, M. D. T. (2021). Conceptualizing empathy competence: A professional communication perspective. *Journal of Business and Technical Communication*, 35(3), 333–368. <https://doi.org/10.1177/10506519211001125>
- Gogali, V. A. (2017). Analisis Kemampuan Teknis dan Teamwork dalam Peningkatan Kualitas Film Pendek pada Event Broadcasting Award Mahasiswa Broadcasting BSI Di Jakarta. *Jurnal Komunikasi. me > Vol 8, No 1* (2017). https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2328?utm_source=chatgpt.com.
- Goldstone, R. L. (2024). The Emergence of Specialized Roles within Groups. *Topics in Cognitive Science*, 16(2), 1–25. <https://doi.org/10.1111/tops.12644>
- Latief, Rusman & Yusiati Utud. (2023). *Kreatif Film Iklan Layanan Masyarakat Era Digital*: Jakarta: Prenada Media Group.
- Latief, Rusman. (2021). *Jurnalistik Sinematografi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Marlow, S. L., Lacerenza, C. N., Paoletti, J., Burke, C. S., & Salas, E. (2018). Does Team Communication Represent A One-Size-Fits-All Approach?: A Meta-Analysis of Team Communication and Performance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 144, 145–170. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2017.08.001>
- Morris, T. H. (2020). Experiential Learning – A Systematic Review and Revision of Kolb's Model. *Interactive Learning Environments*, 28(8), 1064–1077. <https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1570279>
- Mulyana, D. (2020). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.

- Polimedia. (2024). *Minat Masuk Polimedia Melonjak Dua Kali Lipat, Semakin diminati di Kalangan Calon Mahasiswa*. <https://polimedia.ac.id/mminat-masuk-polimedia-melonjak-dua-kali-lipat-semakin-diminati-di-kalangan-calon-mahasiswa/>. Diakses, 09 September 2024.
- Springer Nature. (2025). Teamwork Skills Development in Hybrid and Online Universities: The Perspective of the Future Teachers. *Journal of New Approaches in Educational Research*. https://link.springer.com/article/10.1007/s44322-025-00032-1?utm_source=chatgpt.com.
- Sugiyono, M. A. K., & Rahayu, P. P. (2024). Hubungan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kerjasama Tim pada Divisi Produksi di PT. X. *Jurnal Ilmiah Psikologi (JIPSI)*, 6(2), 71–78. <https://doi.org/10.37278/jipsi.v6i2.855> Jurnal Unibi.
- Sulistiani, I., Syarifuddin, & Sipakoly, S. (2024). Dynamics of Interpersonal Communication in Improving Teamwork Efficiency. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 2 No. 2, 186-197.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.
- Wijaya, I. P. S. P., Sri, A. A. P., & Eka Putri, I. A. T. (2017). Preferensi Wisatawan Repeater Terhadap Pemilihan Homestay di Kelurahan Ubud Gianyar Bali. *Jurnal Keparawisataan dan Hospitalitas*, Vol 1 No 1, 40 – 46.
- Yunita, R. (2018). Komunikasi Kelompok Tim Kreatif dalam Pengambilan Keputusan pada Program INSERT PAGI di Trans TV. *Jurnal Komunikasi*. Vol. 9 No. 2, 156 – 160.

Hibriditas Komunikasi Politik dan Birokrasi: Analisis Program "Berani Cerdas" Gubernur Sulawesi Tengah dalam Perspektif Masyarakat dalam Jaringan

The Hybridity of Political Communication and Bureaucracy: An Analysis of the Central Sulawesi Governor's "Berani Cerdas" Program in a Network Society Perspective

Ubaidillah¹, Ilyas¹, Achmad Herman¹, Raisa Alatas²

¹Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako, ²Kocaeli University, Turkiye

Korespondensi: Tondo, Palu Timur, Palu City, Central Sulawesi 94148

Surel: abit06111@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v7i1.1878>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 05/12/2025

Direvisi: 29/01/2026

Publikasi: 31/01/2026

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Komunikasi Politik;
Politik Entrepreneur;
Program Berani Cerdas;
Inovasi Kebijakan;

Keywords:

Political Communication;
Policy Entrepreneur;
Berani Cerdas Program;
Policy Innovation.

ABSTRAK

Dalam era desentralisasi, kesenjangan antara janji politik yang populis dan realitas implementasi birokrasi sering kali menjadi hambatan utama pembangunan daerah. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi politik Gubernur Sulawesi Tengah, Dr. H. Anwar Hafid, M.Si., dalam mengimplementasikan inovasi kebijakan pendidikan gratis "Berani Cerdas". Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain constructivist-policy analysis, penelitian ini merekonstruksi teori komunikasi politik Dan Nimmo yang didialogkan dengan konsep Network Society. Pengumpulan data dilakukan melalui process tracing, wawancara mendalam, dan netnografi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa: (1) Gubernur berhasil bertransformasi dari aktor politik elektoral menjadi Policy Entrepreneur dengan memanfaatkan rekam jejak teknokratis sebagai modal kredibilitas; (2) Strategi komunikasi yang diterapkan bersifat hibrida (omni-channel), mengintegrasikan otoritas legal-formal, media massa konvensional, dan viralitas digital untuk menjangkau masyarakat lintas generasi; (3) Khalayak (mahasiswa) tidak lagi menjadi konsumen pesan pasif, melainkan bertindak sebagai Network Validators yang memverifikasi janji politik melalui pengalaman empiris. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi politik bukan sekadar alat pencitraan, melainkan instrumen strategis untuk mengendalikan kinerja birokrasi (bureaucratic enforcer) dan memobilisasi partisipasi publik, sehingga mampu menjembatani retorika visi politik dengan realitas layanan publik.

ABSTRACT

In the era of decentralization, the gap between populist political promises and the reality of bureaucratic implementation often hinders regional development. This study aims to analyze the political communication strategy of the Governor of Central Sulawesi, Dr. H. Anwar Hafid, M.Si., in implementing the "Berani Cerdas" free education policy innovation. Employing a qualitative approach with a constructivist-policy analysis design, this research reconstructs Dan Nimmo's political communication theory by dialoguing it with the concept of the Network Society. Data collection was conducted through process tracing, in-depth interviews, and netnography. The findings indicate that: (1) The Governor successfully transformed from an electoral political actor into a Policy Entrepreneur by leveraging his technocratic track record as credibility capital; (2) The communication strategy employed is hybrid (omni-channel), integrating legal-formal authority, conventional mass media, and digital virality to reach cross-generational audiences; (3) The audience (students) are no longer passive message consumers but act as Network Validators who verify political promises through empirical experience. This study concludes that political communication serves not merely as a branding tool, but as a strategic instrument to enforce bureaucratic performance (bureaucratic enforcer) and mobilize public participation, effectively bridging the gap between political rhetoric and the reality of public services.

PENDAHULUAN

Aksesibilitas pendidikan tinggi telah menjadi isu sentral dalam diskursus pembangunan berkelanjutan. Namun, kesenjangan antara kebijakan afirmatif dan realitas partisipasi publik masih menjadi tantangan besar di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Di tingkat nasional, desentralisasi memberikan otonomi bagi kepala daerah untuk merancang kebijakan pendidikan, namun sering kali kebijakan tersebut terjebak dalam jebakan populisme sehingga janji politik ambisius yang belum tentu dapat dipahami serta mampu melibatkan masyarakat karena lemahnya strategi komunikasi (Lopilalang, 2023). Fenomena ini menuntut pemimpin daerah untuk tidak hanya piawai dalam merancang kebijakan, tetapi juga dalam mengelola komunikasi politik yang mampu menjembatani ekspektasi publik dengan kompleksitas birokrasi (Mukarom, 2016).

Dalam lanskap Provinsi Sulawesi Tengah, isu disparitas pendidikan terekam jelas melalui tingginya angka putus sekolah yang mencapai 4.509 anak serta ketimpangan akses perguruan tinggi. Merespons hal ini, Gubernur Dr. H. Anwar Hafid, M.Si. (2025-2030) menginisiasi program "Berani Cerdas", sebuah kebijakan radikal berupa beasiswa kuliah gratis tanpa syarat administratif yang rumit. Program ini merupakan upaya replikasi dan eskalasi dari keberhasilan model kebijakan yang pernah diterapkannya di Kabupaten Morowali, yang secara statistik mampu mendongkrak partisipasi mahasiswa dari 700 menjadi 4.600 dalam dua tahun.

Namun, transisi kebijakan dari level kabupaten (Morowali) ke level provinsi (Sulawesi Tengah) menghadirkan problematisasi tersendiri. Skala Provinsi memiliki heterogenitas sosiokultural yang lebih kompleks, struktur birokrasi yang lebih gemuk, dan resistensi politik yang lebih dinamis. "Berani Cerdas" bukan sekadar program bantuan sosial, melainkan sebuah intervensi politik yang berisiko tinggi. Tanpa komunikasi politik yang strategis, program ini rentan mengalami distorsi informasi, ketidaktepatan sasaran, hingga potensi delegitimasi jika janji "tanpa syarat rumit" berbenturan dengan rigiditas aturan keuangan daerah (Bulumang & Handika, 2018).

Dalam konteks itulah komunikasi politik mengambil tempat penting. Dalam era digital, komunikasi politik pemimpin daerah telah bertransformasi dari pola linier menjadi dialektika yang interaktif (Priyatna dkk, 2020). Oleh sebab itu, tantangan bagi Anwar Hafid bukan sekadar memviralkan program ini di media sosial, melainkan bagaimana mengonversi gagasan politik menjadi partisipasi publik yang masif dan kepatuhan birokrasi. Komunikasi politik dalam konteks ini berfungsi sebagai instrumen untuk mengelola ekspektasi dan menyeimbangkan harapan, menyelaraskan kebijakan teknis ke dalam narasi yang resonan dengan karakteristik masyarakat Sulawesi Tengah yang majemuk, hingga akhirnya membentuk mentalitas masyarakat dari penerima bantuan pasif menjadi partisipan aktif pendidikan.

Literatur terdahulu mengenai komunikasi politik pemerintahan daerah cenderung terpolarisasi pada dua kutub: analisis personal *branding* kepala daerah di media sosial (Habibi dkk.; Karimah; Putra dkk.) atau studi evaluasi kebijakan yang teknokratis. Belum banyak penelitian yang secara spesifik membedah komunikasi politik sebagai variabel determinan dalam keberhasilan inovasi pembangunan daerah yang berskala masif. Kebanyakan studi masih memandang komunikasi sebagai "alat penyampai pesan", bukan sebagai "strategi negosiasi politik" dalam implementasi kebijakan publik.

Penelitian ini menganalisis secara kritis strategi komunikasi politik Gubernur Sulawesi Tengah dalam mengimplementasikan Program Berani Cerdas. Studi ini tidak bertujuan untuk mengafirmasi keberhasilan program tersebut, melainkan untuk mengevaluasi bagaimana komunikasi politik digunakan untuk mengatasi

hambatan struktural dan kultural serta menawarkan model teoretis baru tentang peran komunikasi politik dalam inovasi pembangunan daerah.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep dan Dimensi Komunikasi Politik

Teori komunikasi politik Meadow dan Nimmo (2004) dalam Cangara (2009:35) sering kali dipahami secara linier, namun dalam konteks Program "Berani Cerdas", teori ini perlu dibaca ulang sebagai sebuah ekosistem pertukaran simbolik. Relevansi Nimmo dalam studi ini tidak terletak pada definisi statis komponennya, melainkan pada dinamika interaksi antar-elemen tersebut dalam memvalidasi sebuah kebijakan publik yang ambisius.

Dalam kerangka Nimmo, (2011:30-37) komunikator diklasifikasikan menjadi politikus, profesional, dan aktivis. Namun, Anwar Hafid dalam kasus ini melampaui kategori biner tersebut. Ia merepresentasikan hibriditas antara Politikus (pencari dukungan elektoral) dan Profesional Birokrasi (eksekutor kebijakan). Kredibilitasnya tidak hanya dibangun dari retorika kampanye (*rhetorical vision*), tetapi dari *track record* teknokratis di Morowali. Dalam penelitian ini, Anwar Hafid diposisikan sebagai *Policy Entrepreneur* yang menggunakan komunikasi politik untuk "menjual" inovasi kebijakan kepada dua audiens berbeda: publik (untuk legitimasi) dan birokrasi (untuk kepatuhan implementasi) (Nofria, 2025).

Nimmo, (2011:193) membagi pesan menjadi direktif, pemelihara, dan restoratif. Dari tiga pembagian ini, program "Berani Cerdas" merupakan manifestasi pesan restoratif yang paling kuat. Pesan ini bukan sekadar informasi beasiswa, tetapi mencakup simbol pemulihan harapan bagi masyarakat marjinal yang selama ini terpinggirkan dari akses pendidikan tinggi. Pesan ini dikemas untuk mengubah *status quo* kognitif masyarakat Sulawesi Tengah dari pesimisme kemiskinan menjadi optimisme mobilitas sosial. Terakhir, Nimmo (2010:167) menekankan pentingnya saluran komunikasi. Namun, dalam era digital, terjadi pergeseran dari "saluran" menjadi "jaringan". Media sosial bukan lagi sekadar alat transmisi, melainkan ruang negosiasi makna di mana khalayak (mahasiswa, orang tua, pengamat) tidak hanya menerima pesan, tetapi melakukan *framing* ulang (Sjoriada, 2025). Mereka bisa menjadi *amplifier* (penguat pesan) atau *barrier* (penghambat) jika syarat "tanpa prosedur rumit" tidak terbukti di lapangan.

Untuk memahami fenomena komunikasi politik dalam program "Berani Cerdas", pendekatan klasik Dan Nimmo tidak dapat lagi berdiri sendiri sebagai lensa analisis tunggal. Teori Nimmo, yang berakar pada tradisi interaksionisme simbolik, perlu didialogkan secara kritis dengan teori Masyarakat Jejaring (*Network Society*) yang dipopulerkan oleh Manuel Castells dan Jan van Dijk (2013). Dialog antar-teori ini memunculkan pemahaman baru mengenai pergeseran struktur, agensi, dan aliran kekuasaan dalam komunikasi kebijakan publik.

Secara tradisional, Dan Nimmo memandang komunikasi politik sebagai proses linier di mana komunikator (elite politik) mentransmisikan pesan persuasif melalui saluran tertentu untuk membentuk opini publik. Dalam perspektif ini, Gubernur Anwar Hafid diposisikan sebagai "sumber" tunggal yang memiliki otoritas penuh atas narasi "Berani Cerdas". Namun, perspektif *Network Society* mendekonstruksi pandangan ini. Dalam ekosistem digital, pola komunikasi tidak lagi bergerak dari atas ke bawah (*top-down*), melainkan bersifat *rhizomatik* menyebar ke segala arah tanpa pusat yang dominan (Hasfi, 2019).

Dalam konteks program "Berani Cerdas", pesan gubernur tidak berhenti saat konferensi pers selesai. Pesan tersebut masuk ke dalam "ruang alir" (*space of flows*), di mana narasi kebijakan direplikasi, dimodifikasi,

bahkan didebatkan kembali oleh ribuan simpul (*nodes*) jaringan digital. Otoritas pesan tidak lagi ditentukan semata oleh jabatan komunikator (seperti dalil Nimmo), melainkan oleh seberapa kuat pesan tersebut mengalir dan bertahan dalam sirkuit algoritma media social (Hidayat dkk, 2025:165).

Perbedaan paling mencolok antara kedua teori ini terletak pada konseptualisasi khalayak. Nimmo menempatkan masyarakat sebagai "sasaran" persuasi yang perilakunya (misalnya: memilih atau mendukung) merupakan output dari stimulus pesan. Sebaliknya, teori Jejaring memandang masyarakat di era digital bukan lagi sekadar konsumen pesan, melainkan *prosumer* (produsen sekaligus konsumen).

Dalam implementasi "Berani Cerdas", mahasiswa dan orang tua di Sulawesi Tengah tidak menunggu instruksi pasif. Mereka bertindak sebagai validator kebijakan yang aktif. Ketika janji "kuliah gratis tanpa syarat rumit" dilontarkan, jejaring masyarakat langsung bekerja melakukan verifikasi lapangan (fakta empiris) dan membagikannya secara *real time*. Jika teori Nimmo fokus pada bagaimana pemimpin "membentuk citra", teori Jejaring fokus pada bagaimana publik "mengambil alih narasi". Kegagalan dalam pelayanan birokrasi sekecil apapun dapat diamplifikasi oleh jaringan menjadi krisis legitimasi, sebuah dinamika yang tidak sepenuhnya terakomodasi dalam model klasik Nimmo.

Dialog antara kedua teori ini menghasilkan sebuah sintesis teoretis yang relevan untuk penelitian ini, yaitu Komunikasi Politik Hibrida. Model ini mengakui bahwa figur Anwar Hafid tetap membutuhkan elemen-elemen tradisional Nimmo seperti kredibilitas personal, retorika yang kuat, dan manajemen kesan sebagai fondasi awal. Namun, keberlanjutan dan kesuksesan program "Berani Cerdas" sangat bergantung pada mekanisme *Network Society*.

Gubernur berfungsi sebagai hub utama yang menginisiasi kebijakan, namun viralitas dan penerimaan program ditentukan oleh kekuatan jaringan organik mahasiswa. Dengan demikian, komunikasi politik yang efektif dalam kasus ini adalah kemampuan sang pemimpin untuk menavigasi dua alam sekaligus: mempertahankan kewibawaan formal birokrasi (Perspektif Nimmo) sambil menjaga resonansi emosional dan keterbukaan di dalam jaringan digital yang cair (Perspektif Jejaring).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus instrumental yang dibingkai dalam paradigma *Constructivist-Policy Analysis*. Pendekatan ini dipilih untuk melampaui deskripsi permukaan; tujuannya adalah membedah bagaimana komunikasi politik Program "Berani Cerdas" tidak hanya diproduksi sebagai pesan verbal, tetapi dikonstruksi, dinegosiasikan, dan divalidasi dalam ekosistem kebijakan yang kompleks. Fokus penelitian adalah dinamika interaksi antara struktur birokrasi dan jejaring publik di Provinsi Sulawesi Tengah, dengan rentang waktu analisis dimulai sejak peluncuran resmi program pada April 2025, yang menandai fase kritis transisi dari retorika kampanye menuju implementasi teknokratis.

Pemilihan informan dilakukan melalui teknik *purposive sampling* strategis untuk merepresentasikan elemen-elemen dalam model komunikasi hibrida (pertemuan antara otoritas formal dan jejaring sosial). Informan dikategorikan dalam empat kelompok, yakni komunikator utama, penerjemah kebijakan, arsitek pesan dan jaringan, serta validator jaringan.

Untuk menangkap realitas komunikasi politik dari program yang diusung oleh Gubernur Sulawesi Tengah, penelitian ini menerapkan triangulasi teknik pengumpulan data yang dimulai dari penelusuran proses. Pada tahap ini, transformasi pesan politik dari pidato inagurasi hingga menjadi dokumen legal formal diposisikan sebagai fokus utama. Penelusuran ini dilakukan melalui dokumentasi dokumen resmi seperti

Peraturan Gubernur atau Petunjuk Teknis dan observasi partisipan pada kegiatan sosialisasi untuk melihat konsistensi narasi.

Tahap di atas diikuti dengan wawancara mendalam guna menggali pengetahuan informan kunci mengenai strategi di balik layar, hambatan birokrasi yang tidak terungkap ke publik, serta motif di balik pemilihan diksi komunikasi tertentu. Terakhir, penelitian ini menganalisis jejak digital di *platform* media sosial. Teknik ini lazim disebut *netnografi* yang digunakan untuk memetakan sentimen publik, melacak pola penyebaran informasi oleh akun-akun *key opinion leaders*, serta mengidentifikasi resistensi atau dukungan organik dari warganet terhadap program Berani Cerdas.

Data-data yang terkumpul dianalisis dengan mengadaptasi model interaktif Miles dan Huberman dalam Abdussamad (2021:160), dengan fokus spesifik pada analisis kesenjangan (*gap analysis*). Data yang terkumpul direduksi dan disajikan untuk melihat diskrepansi antara apa yang dijanjikan komunikator (*rhetorical vision*) dengan apa yang dialami khalayak (*empirical reality*). Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menyintesis temuan lapangan dengan proposisi teoritis Dan Nimmo yang telah dimodifikasi. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber (membandingkan klaim pemerintah dengan testimoni mahasiswa) dan triangulasi metode (membandingkan data wawancara dengan jejak digital).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan analisis komprehensif mengenai dinamika komunikasi politik Gubernur Sulawesi Tengah dalam implementasi Program Berani Cerdas. Analisis ini melampaui deskripsi fenomenologis semata dan masuk ke dalam bedah struktural bagaimana retorika politik ditransformasikan menjadi realitas kebijakan melalui mediasi birokrasi dan validasi jejaring sosial. Pembahasan dibagi menjadi lima bagian yang mencerminkan arsitektur komunikasi kebijakan tersebut.

Dinamika Komunikasi Politik: Transformasi Kredibilitas dari Politisi ke Policy Entrepreneur

Dalam lanskap politik lokal yang sering kali diwarnai oleh defisit kepercayaan publik terhadap janji kampanye, kredibilitas komunikator menjadi variabel determinan utama. Penelitian ini menemukan bahwa Gubernur Sulawesi Tengah, Dr. H. Anwar Hafid, M.Si., berhasil mereposisi dirinya bukan sekadar sebagai aktor politik elektoral, melainkan sebagai *Policy Entrepreneur* (wirausahawan kebijakan) yang kredibel. Mengacu pada teori Dan Nimmo, kredibilitas ini tidak muncul secara instan, melainkan dikonstruksi melalui tiga dimensi fundamental: keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan niat baik (*goodwill*).

Dimensi keahlian (*expertise*) dalam komunikasi Anwar Hafid tidak dibangun di atas klaim retorik kosong, melainkan didasarkan pada "bukti forensik" keberhasilan masa lalu. Temuan menunjukkan bahwa narasi kompetensi Gubernur berakar kuat pada *track record* teknokratisnya saat menjabat sebagai Bupati Morowali. Keberhasilan empiris di Morowali, di mana ia mampu meningkatkan partisipasi pendidikan tinggi secara drastis dari 700 menjadi 4.600 mahasiswa hanya dalam kurun waktu dua tahun, berfungsi sebagai aset validasi yang krusial.

Dalam perspektif komunikasi politik, data statistik keberhasilan di Morowali ini bukan sekadar angka, melainkan simbol jaminan kualitas (*guarantee of competence*). Ketika program "Berani Cerdas" diinisiasi di tingkat provinsi dengan skala yang jauh lebih besar dan kompleksitas birokrasi yang lebih tinggi, pengalaman sukses ini menjadi modal kredibilitas yang memitigasi skeptisisme publik. Publik tidak diminta untuk percaya

pada "janji akan datang", melainkan pada "bukti yang telah ada". Hal ini menciptakan persepsi bahwa Gubernur memiliki kapasitas teknis untuk mereplikasi keberhasilan lokal ke level regional.

Dimensi kedua, *trustworthiness*, diuji melalui konsistensi antara retorika kampanye (*rhetorical vision*) dan eksekusi kebijakan (*policy execution*). Dalam ekosistem politik di mana janji sering kali terhenti di mimbar kampanye, Anwar Hafid menegaskan posisi etisnya melalui pernyataan bahwa Program Berani Cerdas lahir dari komitmen untuk memastikan tidak ada anak Sulawesi Tengah yang putus sekolah karena faktor ekonomi, dan ini adalah janji politik yang wajib direalisasikan.

Pernyataan ini merefleksikan apa yang disebut dalam teori Nimmo sebagai integritas komunikator. Konsistensi ini divalidasi oleh observasi Ketua Tim Koalisi Berani, yang mencatat bahwa Gubernur tidak hanya berbicara di forum elit atau ruang ber-AC, tetapi secara konsisten turun ke basis massa, desa-desa dan komunitas mahasiswa untuk mendiskusikan program ini. Pola komunikasi yang persisten ini, yang bergerak dari *high-politics* (kebijakan) ke *low-politics* (interaksi warga), memperkuat persepsi bahwa program ini adalah prioritas utama, bukan sekadar aspek permukaan di dunia politik.

Dimensi ketiga, *goodwill*, termanifestasi melalui gaya komunikasi yang memadukan otoritas formal dengan sentuhan humanis. Tim Komunikasi Gubernur mengungkapkan bahwa pendekatan yang digunakan bersifat dialogis, di mana komunikasi satu arah (*top-down*) diminimalisir demi membuka ruang bagi keluhan, masukan, dan kritik masyarakat.

Dalam konteks masyarakat Sulawesi Tengah yang paternalistik namun mendambakan egaliterianisme, gaya ini sangat efektif. Mahasiswa penerima beasiswa memberikan testimoni bahwa saat peluncuran program, Gubernur menggunakan bahasa yang sangat sederhana, menghindari jargon teknis birokrasi yang mengintimidasi, sehingga pesan motivasi dapat diterima secara langsung. Keterbukaan ini meruntuhkan jarak psikologis dan menciptakan atmosfer inklusif.

Secara teoritis, temuan ini mengonfirmasi postulat Nimmo bahwa kredibilitas komunikator modern tidak lagi hanya bergantung pada jabatan formal, tetapi pada kemampuan memanusiakan audiens. Anwar Hafid berhasil menggabungkan otoritas legal-rasional (sebagai Gubernur) dengan otoritas karismatik (sebagai bapak bagi mahasiswa), menciptakan legitimasi ganda yang memperkuat penerimaan publik terhadap program.

Konstruksi Pesan Politik: Pendidikan sebagai Hak Universal dan Pesan Restoratif

Analisis terhadap struktur pesan Program Berani Cerdas menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari narasi bantuan sosial (*charity*) menjadi narasi hak dasar (*rights*). Pesan politik dikonstruksi di atas tiga pilar utama: universalitas hak pendidikan, komitmen negara (pemda), dan visi transformasi sosial jangka panjang. Mengadaptasi klasifikasi pesan Nimmo, narasi "Berani Cerdas" dapat dikategorikan sebagai pesan restoratif. Pesan ini bertujuan memulihkan harapan masyarakat yang sempat hilang akibat hambatan struktural kemiskinan. Gubernur secara konsisten membingkai isu ini dengan tiga pesan kunci: pendidikan adalah investasi masa depan, kemiskinan tidak boleh menjadi barier, dan komitmen "satu rumah satu sarjana".

Konstruksi pesan ini sangat strategis karena mengubah posisi psikologis masyarakat. Jika sebelumnya masyarakat miskin memandang kuliah sebagai hak istimewa orang kaya, pesan Gubernur merekonstruksi pandangan tersebut menjadi hak universal yang dijamin negara. Kepala Dinas Pendidikan, Ibu Yudiawati V. Windarruslina, berperan vital sebagai *Bureaucratic Translator* yang menerjemahkan pesan filosofis ini menjadi narasi operasional: bahwa pemerintah hadir sebagai solusi konkret atas masalah ketimpangan akses.

Keberhasilan transmisi pesan ini didukung oleh empat faktor utama. *Pertama*, simplifikasi pesan yang membuatnya mudah dicerna semua lapisan strata sosial. *Kedua*, relevansi tinggi dengan *pain point* masyarakat, yakni ketidakmampuan ekonomi. *Ketiga*, sifat aspiratif dari jargon "satu rumah satu sarjana" yang memberikan visi konkret mobilitas sosial. *Keempat*, konsistensi repetisi pesan di berbagai platform.

Lebih jauh, penelitian menemukan adanya kecanggihan dalam *mikro-targetting* pesan. Tim Komunikasi tidak menggunakan satu format pesan untuk semua (*one size fits all*). Sebaliknya, pesan dikemas secara adaptif: video pendek 30-50 detik yang dinamis untuk media sosial (Facebook, Instagram, TikTok), spanduk visual untuk pengguna jalan, dan audio informatif untuk pendengar radio.

Kepala Dinas Pendidikan menambahkan bahwa adaptasi juga dilakukan berdasarkan konteks audiens. Dalam forum teknokratis bersama Rektor dan Kepala Sekolah, pesan disampaikan melalui presentasi data dan diskusi kebijakan. Sebaliknya, dalam perayaan HUT Provinsi yang bersifat seremonial, pesan disampaikan dalam balutan *euforia* pesta rakyat. Diversifikasi kemasan pesan ini menunjukkan kematangan strategi komunikasi yang memahami bahwa penerimaan pesan atau dekoding sangat bergantung pada kesesuaian medium dan konteks psikologis khalayak, sebagaimana diteorikan oleh Nimmo.

Strategi Multi-Channel: Integrasi Ekosistem Media dalam Masyarakat Jejaring

Dalam era *Network Society*, efektivitas komunikasi politik tidak lagi bertumpu pada satu saluran dominan. Program Berani Cerdas menerapkan strategi *Omni-Channel* yang mengintegrasikan tiga matra komunikasi: media konvensional, media digital, dan komunikasi interpersonal. Strategi ini dirancang untuk mengatasi kesenjangan digital (*digital divide*) yang masih nyata di geografi Sulawesi Tengah yang kepulauan dan berbukit.

Meskipun penetrasi internet meningkat, media konvensional tetap menjadi pilar legitimasi dan jangkauan bagi demografi usia tua dan masyarakat rural. Ketua Tim Koalisi mencatat bahwa eksposur program di televisi nasional (Metro TV, TVRI, Kompas TV) dan radio (RRI) memberikan bobot kredibilitas yang serius. Liputan media massa arus utama memberikan validasi pihak ketiga (*third-party endorsement*) yang tidak dimiliki oleh media sosial sendiri.

Tim Komunikasi menerapkan strategi hubungan media (*media relations*) yang proaktif melalui rilis pers rutin, fasilitasi peliputan langsung kegiatan Gubernur, dan kerjasama institusional dengan media cetak. Langkah ini krusial untuk menjangkau masyarakat di daerah *blank spot* yang masih mengandalkan radio dan televisi sebagai jendela informasi utama.

Fokus utama untuk target audiens mahasiswa dan Generasi Z diletakkan pada media digital. Gubernur dan timnya menyadari bahwa "pertempuran narasi" untuk anak muda terjadi di layar ponsel. Tim mengelola ekosistem digital yang lengkap: Instagram untuk visual *storytelling*, Facebook untuk komunitas, TikTok untuk viralitas, dan YouTube untuk dokumentasi mendalam. Diferensiasi konten dilakukan secara presisi: TikTok untuk hiburan edukatif ringkas, sementara *website beranicerdas.sultengprov.go.id* berfungsi sebagai hub informasi teknis dan pendaftaran. Inovasi signifikan terlihat pada pelibatan *influencer* lokal. Strategi ini memanfaatkan logika jejaring (*network logic*), di mana pesan yang disampaikan oleh *peer group* atau idola lokal memiliki tingkat kepercayaan lebih tinggi dibandingkan akun resmi pemerintah. Kolaborasi ini mempercepat difusi informasi secara organik di kalangan pemilih muda. Testimoni mahasiswa mengonfirmasi hal ini; banyak yang mengetahui program justru dari siaran langsung (*live*) atau video pendek yang lewat di beranda media sosial mereka, yang kemudian memicu tindakan pendaftaran.

Di tengah gempuran digital, penelitian ini menemukan bahwa komunikasi tatap muka (*face-to-face*) tetap menjadi "senjata pamungkas" untuk membangun kepercayaan mendalam (*deep trust*). Kepala Dinas Pendidikan mengungkapkan bahwa Gubernur secara intensif memanfaatkan panggung kemasyarakatan dan akademik untuk menyelipkan pesan program. Bagi masyarakat kultural Sulawesi Tengah, mendengar langsung dari mulut pemimpin memiliki nilai sakral yang tidak tergantikan oleh layar digital. Mahasiswa mengaku lebih yakin setelah mendengar pidato Gubernur secara langsung di acara festival budaya atau wisuda kampus. Gubernur sendiri menegaskan bahwa pendekatan integratif ini adalah keniscayaan sosiologis: tidak semua daerah punya internet, dan tidak semua orang percaya medsos, sehingga kombinasi koran, radio, spanduk, dan pertemuan langsung adalah strategi totalitas. Sinergi ketiga saluran ini menciptakan resonansi pesan yang kuat, memperluas jangkauan sekaligus memperdalam dampak.

Strategi komunikasi ini diperkuat oleh pemetaan khalayak yang tajam. Tim membagi audiens ke dalam klaster spesifik: mahasiswa (penerima manfaat), orang tua (pendukung), dan masyarakat umum (pemantau). Lebih jauh, segmentasi geografis dilakukan mengingat disparitas infrastruktur antara kota dan pedalaman, yang diatasi melalui MOU berjenjang antara Gubernur dan Bupati.

Karakteristik sosiokultural masyarakat juga menjadi pertimbangan. Kepala Dinas Pendidikan mengidentifikasi bahwa sebagian masyarakat masih skeptis akibat trauma janji politik masa lalu dan lebih percaya pada tokoh otoritas lokal (Kepala Desa, Guru, Ustaz). Oleh karena itu, strategi pelibatan tokoh lokal (*opinion leaders*) menjadi jembatan kepercayaan. Sebaliknya, segmen anak muda menuntut kecepatan dan konten visual ringkas.

Dinamika respons khalayak menunjukkan evolusi dari skeptisisme menuju kepercayaan penuh (*trust*). Mahasiswa Ramzi Baktir merefleksikan transformasi ini: dari keraguan awal ("jangan-jangan hanya janji") menjadi keyakinan setelah melihat bukti pencairan dana pada rekan-rekannya. Data kuantitatif mendukung hal ini. Dari 80.000 pendaftar awal dan 58.000 yang lolos verifikasi adalah bukti tak terbantahkan dari keberhasilan penetrasi pesan. Mekanisme umpan balik (*feedback loop*) yang responsif, seperti penanganan keluhan melalui WhatsApp, semakin memperkuat legitimasi program di mata pengguna. Ini membuktikan tesis Nimmo bahwa khalayak adalah entitas aktif yang terus menafsir ulang pesan berdasarkan realitas yang mereka alami.

Program Berani Cerdas sebagai Inovasi Pembangunan Daerah

Program Berani Cerdas tidak hanya berhasil dikomunikasikan, tetapi substansi program itu sendiri dirancang sebagai sebuah inovasi kebijakan publik yang mendobrak kemapanan birokrasi (*bureaucratic disruption*). Inovasi ini menjadi materi komunikasi yang kuat karena menawarkan diferensiasi yang jelas dibandingkan program beasiswa konvensional.

Gubernur memposisikan program ini dengan *Unique Selling Point* (USP) yang tajam: dukungan menyeluruh (holistik). Bantuan tidak hanya bersifat finansial, tetapi mencakup pengembangan karakter dan keterampilan kerja. Tim Komunikasi merinci tiga aspek diferensiasi utama: (1) Kemudahan akses dengan pemangkasan syarat administratif yang rumit, (2) Cakupan inklusif yang luas, dan (3) Transparansi radikal di mana data dibuka ke publik. Perbandingan dengan program lain (seperti Baznas atau KIP) yang dilakukan oleh mahasiswa menunjukkan keunggulan komparatif "Berani Cerdas". Mahasiswa mengeluhkan birokrasi program lain yang berbelit dan lambat, kontras dengan "Berani Cerdas" yang dinilai mempermudah urusan, transparan, dan pencairannya tunai tanpa potongan. Narasi "kemudahan" ini menjadi viral dan memperkuat citra program sebagai solusi yang berpihak pada rakyat.

Inovasi teknologi menjadi tulang punggung yang memungkinkan diferensiasi tersebut. Pengembangan portal *beranicerdas.sultengprov.go.id* adalah langkah strategis digitalisasi layanan publik. Sistem ini mengintegrasikan pendaftaran, verifikasi, hingga pengumuman dalam satu ekosistem *cloud*. Bagi komunikasi politik, portal ini bukan sekadar alat administrasi, melainkan instrumen transparansi. Kemampuan publik untuk memantau status secara *real-time* mengurangi asimetri informasi yang biasanya menjadi sumber korupsi. Penggunaan WhatsApp sebagai kanal *customer service* juga menunjukkan adaptasi pemerintah terhadap perilaku komunikasi masyarakat modern. Sinergi antara kebijakan yang pro-rakyat dan teknologi yang mempermudah akses menciptakan keunggulan kompetitif yang membedakan kepemimpinan Anwar Hafid dari pendahulunya.

Efek Komunikasi dan Kontribusi terhadap Pembangunan SDM serta Tata Kelola

Menggunakan pisau analisis efek komunikasi politik, dampak Program Berani Cerdas dapat dipetakan secara sistematis pada level individu (kognitif, afektif, konatif) hingga level sistemik (pembangunan SDM dan tata kelola pemerintahan). Pada level kognitif, terjadi lonjakan kesadaran publik mengenai hak-hak sipil dalam pendidikan. Ketua Tim Koalisi mencatat bahwa sebelumnya masyarakat tidak menyadari bahwa pemerintah provinsi memiliki wewenang memberikan beasiswa langsung. Program ini berhasil mengedukasi publik tentang desentralisasi peran pendidikan dari pusat ke daerah. Testimoni mahasiswa mengonfirmasi bahwa paparan informasi di media sosial membuka wawasan baru tentang peluang masa depan.

Pada level afektif, terjadi pergeseran sentimen emosional yang signifikan. Rasa apatis terhadap pemerintah berubah menjadi empati dan dukungan. Mahasiswa merasa "disentuh" oleh ketulusan cara Gubernur berkomunikasi, yang mengubah persepsi mereka tentang pemerintah yang biasanya berjarak menjadi entitas yang "hadir" dan peduli. Monitoring sentimen di media sosial menunjukkan grafik positif yang meningkat seiring waktu, memvalidasi strategi komunikasi yang dijalankan.

Pada level konatif, efeknya adalah mobilisasi massa yang masif. Partisipasi puluhan ribu pendaftar adalah indikator perilaku paling nyata. Lebih dalam lagi, terjadi perubahan perilaku ekonomi di tingkat keluarga; mahasiswa yang sebelumnya harus bekerja paruh waktu (ojek online, jaga toko) kini dapat fokus penuh pada studi, yang secara langsung meningkatkan kualitas pembelajaran mereka. Kontribusi terbesar program ini secara makro adalah pergeseran paradigma pembangunan. Secara kuantitatif, komitmen anggaran Rp48 miliar untuk 13.000 mahasiswa (tahap awal) dan target 18.693 mahasiswa berikutnya adalah angka yang masif untuk ukuran APBD. Namun, keberhasilan komunikasi politik Anwar Hafid terletak pada kemampuannya melakukan *reframing* isu anggaran ini. Gubernur secara konsisten menanamkan doktrin bahwa dana pendidikan adalah investasi, bukan Belanja (*expense*). Narasi ini krusial untuk mengamankan dukungan politik di DPRD. Ia berargumen bahwa *return on investment* (ROI) dari program ini tidak akan terlihat dalam siklus pemilu 5 tahunan, melainkan dalam 10-15 tahun ke depan saat generasi ini memimpin daerah. Ketua Tim Koalisi memperkuat argumen ini dengan proyeksi lahirnya ribuan profesional (dokter, insinyur, birokrat) yang akan menjadi mesin pertumbuhan ekonomi daerah.

Dampak pemerataan juga sangat menonjol. Program ini menembus batasan geografis, menjangkau mahasiswa di kepulauan terpencil seperti di Tojo Una-Una yang sebelumnya terisolasi dari akses informasi. Dengan membagi jalur prestasi dan afirmasi, program ini memastikan keadilan distributif. Secara kualitatif, ini menciptakan perubahan *mindset* kolektif: memutus rantai kemiskinan dengan menanamkan keyakinan bahwa "anak kampung juga bisa sukses". Ini adalah strategi *counter-brain drain* yang efektif; dengan membangun

ikatan emosional melalui beasiswa daerah, lulusan diharapkan memiliki loyalitas untuk kembali membangun kampung halamannya.

Terakhir, Program Berani Cerdas berkontribusi pada reformasi budaya birokrasi. Transparansi data penerima beasiswa (nama, prodi, asal) yang dapat diakses publik adalah terobosan radikal yang meminimalkan ruang gerak praktik percaloan dan nepotisme. Mahasiswa mengapresiasi keterbukaan ini sebagai bentuk keadilan (*fairness*). Akuntabilitas dijaga melalui pengawasan berlapis (Inspektorat, BPK, Tim Monitoring Independen), yang dikomunikasikan secara terbuka kepada publik untuk membangun kepercayaan. Kepala Dinas Pendidikan menegaskan bahwa akuntabilitas ini adalah bagian dari strategi komunikasi politik untuk membangun legitimasi. Ditambah dengan responsivitas tinggi terhadap pengaduan, program ini menjadi etalase (*showcase*) bagaimana prinsip *Good Governance* (transparansi, akuntabilitas, responsivitas) dapat dioperasionalkan secara konkret, bukan sekadar jargon teoretis. Keberhasilan tata kelola program ini menciptakan tekanan positif (*spillover effect*) bagi sektor pemerintahan lain untuk meningkatkan standar layanan mereka.

SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa dalam era otonomi daerah dan masyarakat jejaring komunikasi politik telah bertransformasi dari sekadar instrumen elektoral menjadi strategi vital tata kelola pemerintahan. Analisis terhadap Program Berani Cerdas di Sulawesi Tengah menunjukkan bahwa keberhasilan kebijakan publik tidak hanya ditentukan oleh desain teknokratisnya, tetapi oleh bagaimana kebijakan tersebut dikomunikasikan untuk menjembatani kesenjangan antara retorika politik dan realitas birokrasi. Secara teoretis, penelitian ini memperlihatkan rekonstruksi ulang dari model klasik Dan Nimmo dengan mengintegrasikan perspektif jaringan digital. Temuan utama studi ini dapat disimpulkan dalam empat poin penting:

1. Transformasi Aktor Politik: Gubernur Anwar Hafid berhasil mereposisi peran komunikator dari sekadar politisi menjadi *Policy Entrepreneur*. Kredibilitasnya tidak dibangun di atas janji futuristik semata, melainkan divalidasi oleh "bukti forensik" rekam jejak keberhasilan masa lalu di Morowali. Hal ini menciptakan legitimasi hibrida: perpaduan antara otoritas legal-formal sebagai gubernur dan otoritas moral sebagai pemimpin yang terbukti berkinerja.
2. Hibriditas Media dan Validasi Jejaring: Studi ini menolak asumsi komunikasi linier *top-down*. Efektivitas penyampaian pesan Program Berani Cerdas terletak pada strategi *omni-channel* yang menggabungkan validitas media konvensional, viralitas media digital, dan sentuhan personal komunikasi tatap muka. Khalayak (mahasiswa) tidak lagi bertindak sebagai konsumen pasif, melainkan bertransformasi menjadi *Network Validators* yang memverifikasi dan mengamplifikasi keberhasilan program melalui kesaksian digital (*digital testimonials*), yang secara efektif meruntuhkan skeptisisme publik.
3. Komunikasi sebagai Pengendali Birokrasi: Komunikasi politik berfungsi sebagai mekanisme pemaksa (*enforcing mechanism*) bagi kinerja birokrasi. Janji politik "tanpa syarat rumit" yang disuarakan Gubernur memaksa Dinas Pendidikan (sebagai *Bureaucratic Translator*) untuk melakukan inovasi layanan dan memangkas rantai birokrasi. Transparansi data yang dibuka ke publik melalui portal digital menjadi instrumen akuntabilitas yang meminimalisir distorsi implementasi.
4. Reframing Anggaran: Gubernur sukses melakukan reframing narasi anggaran daerah, mengubah persepsi "biaya pendidikan" menjadi "investasi modal manusia". Narasi restoratif ini berhasil membangun

konsensus politik di DPRD dan dukungan publik, menempatkan pendidikan bukan sebagai beban fiskal, tetapi sebagai strategi jangka panjang pengentasan kemiskinan dan pencegahan *brain drain*.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model resonansi Kebijakan Afirmatif yang ditawarkan studi ini secara kuantitatif. Survei eksplanatif dapat dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel *digital trust* dan *peer validation* terhadap partisipasi masyarakat dalam program pemerintah. Studi longitudinal juga diperlukan dalam konteks studi lanjutan bersifat longitudinal untuk melihat apakah *political will* dan strategi komunikasi ini dapat bertahan melampaui siklus elektoral, serta bagaimana dampaknya terhadap indeks pembangunan manusia (IPM) Sulawesi Tengah dalam jangka panjang (5-10 tahun ke depan). Komparasi Lintas Daerah: Studi perbandingan dengan daerah lain yang memiliki program serupa namun gagal, akan sangat berharga untuk mengisolasi variabel komunikasi politik sebagai faktor penentu keberhasilan atau kegagalan sebuah inovasi kebijakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna, Ed.). Syakira Media Press
- Buluamang, Y. M. O., & Handika, L. P. (2018). Komunikasi Pemerintahan Antar Perangkat Daerah di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(1), 57-72
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori Dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Dijk, Jan A. G. M. Van. (2013). Digital Democracy: Vision and Reality. *Innovation and the Public Sector*, 19, no. August: 49-62
- Engjelima, K., Nomleni, J., Sumartias, S., & Setiawan, W. (2019). Komunikasi sosial pemerintah dalam penyebaran informasi perbatasan Negara Indonesia dan Timor Leste. *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 251-263.
- Fattha, N. A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (Meyniar Albina, Ed.). Bandung, CV. Harfa Creative.
- Hasfi, N. (2019). Komunikasi Politik di Era Digital. Sustainability (Switzerland) *Jurnal Komunikasi Politik*, 10, no. 1: 1-14.
- Hidayat, D dkk. (2025). *Komunikasi Masa Dan Media Digital*. Simbiosis Rakatama Media
- Kaina, H. D. Zainab, N. U. Lamnur, S. R. Fatimah, H. S. Sampurna, A. (2024). "Komunikasi Politik: Definisi Dan Konsep." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 5: 2107–14.
- Lopulalan, D. L. Y. (2023). Komunikasi Politik dalam Pemerintahan. *Komunikasi Politik*, 2, 20.
- Mukarom, Zaenal. (2016). *Komunikasi Politik*. Pustaka Setia.
- Nimmo, D. (2010). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek* (Jalaludin rahmad, Ed). Remaja Rosdakarya.
- Nimmo, D. (2011). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan dan Media* (Jalaludin rahmad, Ed.; 7th Ed). PT Remaja Rosdakarya
- Nofria, U.S, Frinaldi, A (2025) "Inovasi pemerintahan daerah dalam penerapan kebijakan publik dan pelayanan publik" *Jurnal Inovasi Pendidikan IPS Vol. 5 No. 2*
- Priyatna, C., Ari, F. X., Prastowo, A., Syuderajat, F., & Sani, A. (2020). Optimalisasi teknologi informasi oleh lembaga pemerintah dalam aktivitas komunikasi publik. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 45363.
- Sampurna, A., Taufiqurrohman, A., Nasution, A. F., Pulungan, N. L., Faidah, Y., & Daulay, V. D. Y. (2024). "Konsep Dan Definisi Komunikasi Politik." *Jurnal Pendidikan vol. 8 no 2*
- Sampurna, A., Wulandari, L., Husna, S., Diki, W.I., Lil, A.R (2024) "Karakteristik Pesan Dalam Komunikasi Politik" *Jurnal Komunikasi Islam Vol.5, No. 1*
- Sjoraida, D. F. (2025). Komunikasi Politik di Era Digital: Pengaruh Media Sosial Terhadap Opini Publik. *Jurnal Komunikasi Politik*, 12, no. 1: 227-236.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syauket, A., Indriasari, R., Mendrofa, K. E. D., & Cabui, E. C. (2024). *Komunikasi Politik Pemerintahan*.

Performativitas Maskulinitas, Hubungan Parasosial, dan Partisipasi Penonton pada Youtube Livestream Bigmo

Performative Masculinity, Parasocial Relationships, and Audience Participation on Bigmo's YouTube Livestream

Regita Amanda Putri, Camelya Rayqah Ibrahim, Garviona Elora Sekar Dewata, Putu Silvia Sloka Sarasamuscaya

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Jawa Barat, Indonesia.

Korespondensi: Jl. Raya Bandung-Sumedang KM 21, Jatinangor, Jawa Barat, Indonesia.

Surel: regita23002@mail.unpad.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v7i1.1905>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 16/12/2025

Direvisi: 30/01/2026

Publikasi: 31/01/2026

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Hubungan Parasosial;

YouTube;

Siaran Langsung;

Maskulinitas;

Budaya Partisipatif;

Keywords:

Parasocial Relationship;

YouTube;

Live streaming;

Masculinity;

Participatory Culture;

ABSTRAK

Youtube Live streaming di Indonesia berkembang sebagai ruang performatif dalam menegosiasikan identitas dan relasi gender secara real-time. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran penonton dalam membentuk maskulinitas Bigmo sebagai streamer, serta dinamika interaksi antara streamer, penonton dan perempuan dalam siaran langsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam yang dipilih secara purposive serta dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menemukan bahwa maskulinitas Bigmo bersifat tidak tetap, melainkan dibentuk secara kolektif melalui interaksi dengan penonton. Komentar, tantangan dan candaan dari penonton di kolom *chat* mendorong Bigmo untuk menampilkan sikap percaya diri, dominan dan berani mengambil risiko di setiap Live streaming. Kehadiran perempuan memperkuat citra maskulinitas Bigmo, namun di sisi lain, memperlihatkan bias gender melalui komentar penonton. Hubungan parasosial memperkuat keterlibatan penonton dalam Live streaming dan membentuk kepribadian Bigmo. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Youtube Live streaming merupakan ruang sosial kolaboratif yang membentuk konstruksi maskulinitas digital.

ABSTRACT

YouTube Live streaming in Indonesia has developed as a performative space where identity and gender relations are negotiated in real time. This study aims to understand the role of audiences in shaping Bigmo's masculinity as a streamer, as well as the interaction dynamics between the streamer, audiences, and women during Live broadcasts. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews selected using purposive sampling and analyzed using thematic analysis. The findings show that Bigmo's masculinity is not fixed, but is collectively formed through interactions with audiences. Comments, challenges, and jokes in the Live chat encourage Bigmo to display confidence, dominance, and risk-taking behavior during Live streaming sessions. The presence of women strengthens Bigmo's masculine image, but at the same time reveals gender bias through audience comments. Parasocial relationships increase audience involvement in Live streaming and contribute to shaping Bigmo's persona. This study concludes that YouTube Live streaming functions as a collaborative social space that shapes the construction of digital masculinity.

PENDAHULUAN

Fenomena *Live streaming* di YouTube Indonesia berkembang pesat sebagai wadah dan ruang performatif di mana identitas, hiburan, dan relasi gender dipertontonkan secara *real time*. Pada Januari 2025, jumlah pengguna YouTube tercatat mencapai 2,53 miliar orang atau sekitar 30,9% dari populasi dunia, dan lonjakan penggunaan ini tidak hanya terjadi secara global, tetapi juga sangat terasa di Indonesia. Bahkan, pada awal 2025 Indonesia termasuk dalam deretan negara dengan jumlah pengguna YouTube tertinggi (Tasidjawa et al., 2025). Salah satu figur yang menonjol belakangan ini adalah Muhammad Jannah atau dikenal dengan nama panggung Bigmo, yaitu seorang *content creator* dan YouTube *streamer* yang dikenal melalui pembawaan diri maskulin, *chaotic*, humor berlebihan, komentar tanpa filter, serta pola interaksi yang memancing respons penonton. Popularitas Bigmo tidak hanya muncul dari konten yang dibuat, tetapi juga dari dinamika yang terbentuk antara dirinya, penonton, dan tamu perempuan yang kerap dihadirkan dalam *Live streaming*. Dalam konten-konten tersebut, ruang digital menjadi arena di mana budaya partisipatif dan performativitas maskulinitas muncul dan dinegosiasikan setiap saat.

Dalam berbagai kesempatan, audiens *Live streaming* Bigmo yang biasa disebut “nicegang” tidak hanya hadir sebagai pengamat pasif, tetapi juga sebagai pengendali yang aktif membentuk alur *Live*. Mereka memberikan komentar, permintaan, hingga tekanan yang mendorong Bigmo menampilkan persona tertentu, mulai dari perilaku humoris, perilaku yang menunjukkan sisi dominan atau *alpha*, hingga aksi yang cenderung berisiko. Budaya partisipatif ini sejalan dengan yang dikatakan Jenkins (2009) dalam (Wendland, 2024), bahwa budaya partisipatif adalah sebuah kultur yang ditandai oleh minimnya hambatan untuk berkreasi dan terlibat, sekaligus audiens berperan sebagai produsen bersama yang memengaruhi arah dan atmosfer sebuah konten. Menurut Jenkins (2009) dalam (Wendland, 2024), dorongan bagi partisipasi aktif tidak berasal dari teknologi atau platform, melainkan dari komunitas yang menciptakan ruang bagi ekspresi kolektif. Dalam konteks ini, respons Bigmo terhadap komentar penonton menunjukkan bahwa performanya merupakan hasil negosiasi antara keinginan pribadi dan ekspektasi publik.

Temuan Tan et al. (2022) memperkuat fenomena ini dengan studi yang menjelaskan bahwa *streamer* laki-laki sering menampilkan karakter maskulin seperti kompetitif, humoris, hingga peduli untuk memenuhi ekspektasi penonton, karena *Live streaming* merupakan arena komodifikasi performa maskulinitas. Meski begitu, hierarki gender tetap muncul, yaitu laki-laki mempertahankan dominasi, sementara perempuan sering hadir sebagai elemen pendukung performa. Dalam konteks Bigmo, hal ini tanpa ketika kehadiran perempuan dikomodifikasi sebagai pemicu *engagement*. Penonton membandingkan tamu perempuan, menjodoh-jodohkan mereka dengan Bigmo, hingga memberi komentar bersifat seksual yang sekaligus memperkuat persepsi Bigmo sebagai figur “lebih alpha” saat berinteraksi dengan perempuan.

Pola ini juga sejalan dengan temuan dari De la Torre-Sierra & Guichot-Reina (2024) tentang representasi perempuan dalam video game, yang menunjukkan bahwa perempuan sering direpresentasikan sebagai objek visual atau pendukung narasi laki-laki. Bias representasi tersebut tampak tercermin dalam cara penonton Bigmo menilai tamu perempuan terutama dari sisi penampilan fisik dan daya tarik visual. Meski berada dalam *Live streaming* dan bukan media fiksi, pola komentar penonton yang berfokus pada tubuh dan relasi dengan *streamer* menunjukkan berlanjutnya konstruksi gender yang tidak seimbang. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana budaya partisipatif penonton membentuk performativitas maskulinitas di ruang digital, dan penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan budaya partisipatif penonton Bigmo,

menganalisis performativitas maskulinitas dalam *Live streaming*, memahami bentuk dinamika interaksi antara Bigmo, penonton, dan perempuan, serta mengungkap bagaimana penonton berkontribusi pada pembentukan persona Bigmo.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Maskulinitas

Maskulinitas berasal dari bahasa Perancis “macculnine” yang berarti karakteristik dan peran sosial yang diberikan kepada laki-laki secara sosial dan kultural di konstruksi, tidak hanya ditentukan oleh faktor biologis (Nuzulia, 2022). Konstruksi sosial yang telah terbuat menanamkan kewajiban, harapan dan norma kepada laki-laki untuk melakukan peran yang berlaku agar dianggap sebagai “laki-laki sejati”. Di Indonesia yang kaya akan budaya, kejantanan seorang laki-laki digambarkan menggunakan fisik sebagai kekuatan serta sebagai pemimpin dan memegang kuasa (Daulay dalam Rumahorbo, 2018).

Secara teori, maskulinitas merupakan relasi ganda yang ditinjau dengan kerangka maskulinitas hegemoni (Nuzulia, 2022). Maskulinitas ini merupakan praktik gender yang di dominasi oleh laki - laki. Maskulinitas tradisional seringkali menganggap kekuasaan, aksi, kerja dan kekuatan sebagai nilai yang tinggi, sedangkan kelembutan dan komunikasi secara emosional sebagai nilai yang rendah (Putera, 2019 dalam Nuzulia, 2022). Karakteristik maskulin menurut (Chafetz dalam Nuzulia, 2022) dibagi menjadi tujuh aspek, pertama fungsional (pencari nafkah), kedua emosional (menyembunyikan perasaan), ketiga fisik (keberanian dan kekuatan), keempat intelektual (rasional dan logis), kelima karakter personal (ambisius), keenam seksual (agresif) dan terakhir *interpersonal* (kepemimpinan). Seiring berjalannya waktu, maskulinitas mengalami evolusi dan menghasilkan tipologi kontemporer seperti New man as Nurturer (sisi lembut sebagai bapak) atau *New Man as Narcissist* (gaya hidup mewah/megah) (Demartoto dalam Nuzulia, 2022), The Warriors (pemimpin, berkorban) hingga *Laki-laki Metroseksual* yang mengutamakan *fashion* dan kesempurnaan. Selain itu, maskulinitas tradisional juga mencakup beberapa sifat seperti *Be a Big Wheel* (kesuksesan, kekuasaan, harta), *Give em Hell* (keberanian, agresi), *Be a Sturdy Oak* (rasional, kemandirian, tanpa emosi) dan *No Sissy Stuff* (menghindari sifat perempuan). Dalam konteks media sosial, maskulinitas lebih utama menggunakan performativitas gender di lingkungan *Live streaming*. *Streamer* secara konsisten mempertunjukkan jenis maskulinitas secara kontemporer atau tradisional dalam kajian studi digital (Potts & Stebleton, 2023).

Konstruksi maskulinitas pada platform digital seperti YouTube telah diteliti dan berkaitan dengan bagaimana representasi gender diproduksi melalui interaksi, konten dan respons audiens. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya sebagai tempat distribusi konten tradisional melainkan ruang maskulinitas berekspresi dan terus dinegosiasikan dalam pola yang spesifik menurut dinamika audiens di tiap platform nya. Media digital dapat menghadirkan berbagai bentuk maskulinitas dari norma tradisional secara berbeda dengan menampilkan kreativitas, ekspresi non-verbal dan emosional yang dipengaruhi oleh perilaku dan *platform* tiap pengguna (Sonni et al., 2025).

Dalam penelitian ini, audiens berperan aktif dalam membentuk bagaimana maskulinitas diproduksi dan dipersepsi. Interaksi yang terjalin oleh *streamer* dan audiens melalui *Live chat*, komentar dan *emoji* merupakan mekanisme negosiasi sosial atas bentuk maskulinitas. Hal ini tidak hanya sebagai reflektif terhadap ekspresi maskulinitas *streamer* tetapi juga menentukan apakah maskulinitas tersebut diterima atau ditolak oleh komunitas digital. Peran audiens juga memengaruhi performa identitas gender Bigmo dengan memberikan,

kitik, validasi dan *feedback* secara *real-time*. Hal ini juga berdampak pada bagaimana maskulinitas tersebut dimodifikasi dipertahankan atau ditentang selama *Live stream* berlangsung. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa maskulinitas dapat dipahami sebagai sesuatu yang dibentuk dan ditampilkan secara bersama-sama oleh *streamer* dan penonton di ruang digital. Maskulinitas tidak hanya berasal dari cara *streamer* menampilkan diri mereka, namun juga dipengaruhi tanggapan dan interaksi dari audiens. Temuan ini sejalan dengan kajian gender di media sosial yang menegaskan bahwa ada hubungan timbal balik antara bagaimana komunitas merespons representasi dan cara gender direpresentasikan pada kondisi ini (Rabbani & Wati, 2024).

Hubungan Parasosial

Konsep interaksi parasosial pertama kali diperkenalkan oleh Wohl & Horton sebagai keterkaitan emosional antara publik figur dengan audiens meskipun tidak terjadi interaksi tatap muka yang nyata (Saharani & Kuwatono, 2025). Dalam interaksi tersebut audiens merasa seperti menjalin hubungan personal dengan publik figur secara nyata, padahal hubungan tersebut semu dan bersifat satu arah (Abdurahim & Adim, 2025). Wohl & Horton menegaskan bahwa kedekatan ini bersifat semu, karena publik figur sengaja menggunakan gaya komunikasi yang akrab seakan-akan seperti berbicara langsung agar terjadi hubungan dua arah antara audiens dan publik figur. Strategi komunikasi ini membuat audiens merasa lebih dikenali dan dipahami secara personal sehingga memunculkan ikatan emosional yang sebenarnya tidak terjadi. Hal ini disebabkan karena interaksi parasosial dianggap mirip dengan interaksi interpersonal, di mana publik figur memegang kendali pada pesan, cara penyampaian pesan dan pengelolaan respons audiens untuk menciptakan hubungan sosial yang nyata (Wardani & Kusuma, 2025).

Cohen menjelaskan bahwa interaksi parasosial dapat terjadi ketika audiens memberikan reaksi emosional kepada publik figur yang bisa berupa kecemasan, kesedihan dan kegembiraan. Selain itu, Hartmann (2008) dalam (Wardani & Kusuma, 2025) juga membagi interaksi parasosial menjadi dua kategori. Pertama *parasocial processes* merupakan tanggapan para audiens terhadap publik figur secara perilaku, afektif maupun kognitif yang telah dilakukan. Kedua *Paracommunication* merupakan pengalaman yang dirasakan penggemar ketika berinteraksi dengan publik figur di media berlangsung meskipun sadar bahwa hal tersebut semu. Hal ini juga diperluas dengan pemahaman Giles, bahwa *parasocial processes* mencakup empati, simpati dan evaluasi yang muncul sebagai reaksi terhadap publik figur (Wardani & Kusuma, 2025).

Seiring dengan perkembangan zaman terutama di media sosial, Hubungan para sosial terbukti signifikan dalam *Live streaming*. Audiens cenderung mengembangkan kedekatan dan kepercayaan yang intens kepada *streamer*, bahkan sampai menganggap mereka adalah teman sejati. Hubungan emosional yang terbentuk ini mendorong audiens untuk berperilaku suportif dan memberikan dukungan emosional agar memperpanjang partisipasi diri dalam sesi *Live streaming*. Penelitian lain yaitu, Kim & Kim (2020) menunjukkan bahwa hubungan para sosial dapat meningkatkan kesejahteraan pengguna, karena menganggap publik figur sebagai “teman” dan diperkuat oleh konten yang konsisten dan fitur membership (Wulandari et al., 2023). Dalam konteks *Live streaming*, interaksi virtual ini bersifat *real-time* dan memerlukan kemampuan *streamer* untuk melakukan pengungkapan diri secara berkelanjutan (*continuous self-disclosure*). Hal ini dilakukan untuk meningkatkan ilusi kedekatan dan keintiman dengan *streamer* (McLaughlin & Wohn, 2021). Intensitas para sosial ini telah terbukti secara global dengan tingkat *engagement* audiens yang meliputi

ekspresi opini di *chat*, penerimaan reaksi *streamer* dan homofilia sikap yang dirasakan audiens terhadap *streamer*.

Lebih lanjut, *Live streaming* menjadi tempat bagi performativitas gender, di mana para *streamer* dapat menampilkan identitas mereka untuk audiens. Maskulinitas di media sering menampilkan representasi maskulinitas hegemoni tradisional yang dikaitkan dengan kemandirian, agresi dan ketangguhan (King et al., 2021). Dalam dinamika ini, penonton memainkan peran yang cukup krusial sebagai *validator* sosial. Setiap interaksi yang terjalin seperti tawa, pujian dan komentar yang diberikan kepada Bigmo saat sedang menampilkan atribut maskulin tersebut, berfungsi sebagai mekanisme *feedback* secara langsung. *Feedback* ini menandakan penerimaan dan pengakuan komunitas terhadap atribut tersebut. Penonton secara aktif dan kolektif memberi dorongan dan izin kepada Bigmo untuk terus - menerus memproduksi maskulinitas di setiap sesi *Live streaming* (Chen, 2024). Oleh karena itu, audiens tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi aktif berperan dalam membentuk identitas dan performativitas *streamer*.

***Live streaming* sebagai Ruang Kolaboratif**

Live streaming pada platform digital berkembang sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan terjadinya ruang kolaboratif antara *streamer* dan penonton. Berbeda dengan media siaran konvensional yang bersifat satu arah, *Live streaming* interaksi berlangsung secara dua arah melalui mekanisme komunikasi *real-time* antara *streamer* dan penonton (Saharani & Kuwatono, 2025). Dalam konteks ini, performa yang ditampilkan oleh *streamer* tidak sepenuhnya bersifat individual, melainkan dibentuk melalui keterlibatan aktif penonton selama siaran berlangsung.

Kehadiran *Live streaming* memungkinkan audiens dan *streamer* berada dalam satu waktu yang sama, di mana interaksi *real time* memperkecil jarak sosial antara mereka sehingga menghasilkan pengalaman keterlibatan yang mendalam (Lv et al., 2022). Penonton berperan dalam memberi umpan balik langsung yang dapat memengaruhi topik pembicaraan, gaya komunikasi, hingga ekspresi emosional *streamer*. Interaksi semacam ini mendorong *streamer* untuk menyesuaikan performanya secara situasional demi menjaga keterlibatan dan respons audiens, sehingga performativitas yang muncul bersifat dinamis dan kontekstual.

Konsep performativitas kolaboratif menekankan bahwa audiens tidak hanya berfungsi sebagai penerima pesan, tetapi sebagai partisipan aktif dalam proses produksi performa. Respons kolektif penonton baik berupa dukungan, candaan, kritik, membentuk atmosfer siaran dan turut menentukan arah interaksi yang terjadi. Selain itu, ciri utama *Live streaming* adalah sifatnya yang terbuka dan inklusif sehingga penonton bebas untuk masuk atau keluar kapan saja tanpa batasan. Namun, penonton yang memilih untuk tetap bertahan biasanya memiliki keterikatan emosional yang kuat serta rasa memiliki terhadap komunitas *Live streaming* tersebut (Chen & Liao, 2022).

Selain itu, performativitas kolaboratif juga menciptakan pengalaman sosial bersama di antara penonton. Interaksi antar pengguna dalam kolom *chat* memperkuat norma, nilai, dan ekspektasi tertentu yang kemudian memengaruhi bagaimana *streamer* mempertahankan atau mengubah performanya. Dengan demikian, *Live streaming* dapat dipahami sebagai arena performativitas kolaboratif, di mana identitas dan ekspresi diri dibangun melalui hubungan timbal balik antara *streamer* dan komunitas penontonnya. Kondisi ini membentuk suasana di mana penonton merasa diperhatikan dan dilibatkan, sehingga mendorong meningkatnya loyalitas serta partisipasi mereka secara aktif (Rabbani & Wati, 2024).

Dalam penelitian ini, konsep performativitas kolaboratif digunakan sebagai landasan untuk memahami bagaimana penonton dalam YouTube *Live Bigmo* berperan aktif dalam membentuk performativitas maskulinitas yang ditampilkan selama siaran berlangsung. Maskulinitas tidak hadir sebagai ekspresi personal semata dari *streamer*, melainkan sebagai hasil dari proses interaksi sosial yang terus dinegosiasikan melalui respons, komentar, candaan, maupun bentuk dukungan dan penilaian yang diberikan oleh penonton. Melalui interaksi tersebut, penonton turut mengafirmasi, memperkuat, atau bahkan menantang bentuk maskulinitas yang ditampilkan, sehingga performa maskulinitas *Bigmo* berkembang secara situasional dan kontekstual.

Dengan kata lain, maskulinitas yang muncul dalam YouTube *Live* tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk secara dinamis melalui relasi timbal balik antara *streamer* dan komunitas penontonnya. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk melihat maskulinitas sebagai praktik sosial yang hidup, di mana makna, gaya, dan ekspresi maskulin diproduksi secara kolektif dalam ruang *Live streaming*, bukan hanya dikonstruksi oleh individu *streamer* semata.

Representasi dan Performativitas Maskulinitas dalam *Live streaming*

Maskulinitas dalam media digital tidak lagi dianggap sebagai identitas yang melekat secara permanen pada seseorang, melainkan sebagai hasil dari praktik sosial yang dibentuk lewat interaksi dan situasi media tempat maskulinitas tersebut muncul. Dalam platform *Live streaming* seperti YouTube, maskulinitas hadir sebagai bentuk performativitas yang berlangsung secara real-time dan melibatkan relasi timbal balik antara *streamer* dan penonton. Berbeda dengan konten video, *Live streaming* memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang membuka ruang bagi penonton untuk berpartisipasi aktif dalam membentuk makna dan arah performa yang ditampilkan oleh *streamer* (Subiyakto et al., 2025).

Interaksi audiens melalui kolom *chat*, komentar langsung, dan bentuk dukungan lainnya berperan penting dalam memengaruhi gaya komunikasi, ekspresi emosional, serta identitas yang ditampilkan oleh *streamer*. Dalam konteks ini, performativitas maskulinitas tidak sepenuhnya dikendalikan oleh *streamer* sebagai individu, tetapi dinegosiasikan secara terus-menerus melalui respons audiens. Penonton dapat mengafirmasi bentuk maskulinitas tertentu, misalnya melalui pujian, candaan, atau dukungan simbolik, sekaligus menantang atau mengoreksi ekspresi maskulinitas yang dianggap tidak sesuai dengan norma komunitas.

Parasocial interaction dalam *Live streaming* juga menunjukkan bahwa interaksi antara *streamer* dan penggemar tidak sekadar tentang menonton konten, melainkan juga melibatkan keterikatan emosional dan rasa solidaritas yang terbentuk melalui komunikasi daring (Sandy et al., 2025). Hubungan parasosial ini mendorong penonton untuk merasa memiliki peran dalam kehidupan dan performa *streamer*, termasuk dalam membentuk citra maskulin yang ditampilkan. Dalam situasi ini, *streamer* cenderung menyesuaikan performanya untuk mempertahankan perhatian, loyalitas, dan keterlibatan penonton, sehingga maskulinitas yang ditampilkan menjadi bersifat situasional, kontekstual, dan responsif terhadap dinamika interaksi yang berlangsung selama siaran langsung.

Konsep performativitas kolaboratif menekankan bahwa penonton bukan hanya bertindak sebagai penerima pesan, tetapi sebagai partisipan aktif yang turut memproduksi performa. Respons kolektif penonton, baik berupa dukungan, kritik, maupun humor, membentuk atmosfer siaran dan memengaruhi bagaimana *streamer* mempertahankan atau mengubah ekspresi maskulinitasnya. Dalam konteks YouTube *Live Bigmo*, komunitas penonton berpotensi memainkan peran signifikan dalam mengonstruksi bentuk maskulinitas yang

tampil, baik melalui normalisasi perilaku tertentu maupun melalui negosiasi makna maskulinitas yang terjadi secara berulang selama interaksi *Live*.

Dengan demikian, studi ini memposisikan YouTube *Live* sebagai ruang sosial di mana maskulinitas diproduksi secara kolaboratif melalui interaksi antara *streamer* dan penonton. Maskulinitas Bigmo dipahami bukan sebagai ekspresi personal yang tunggal, melainkan sebagai hasil dari proses sosial yang terus berkembang dan dinegosiasikan dalam praktik *Live streaming*. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk mengkaji secara mendalam bagaimana peran penonton berkontribusi dalam membentuk, mempertahankan, atau mengubah performativitas maskulinitas yang ditampilkan oleh Bigmo selama siaran langsung berlangsung.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus karena fokus utamanya adalah memahami pengalaman peran penonton dalam membentuk performativitas maskulinitas Bigmo pada YouTube *Live*. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena ini secara holistik (Elva & Murhayati, 2025) dengan mengamati interaksi antara Bigmo dan penontonnya dalam Youtube *Live* secara spesifik. Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan wawancara mendalam terhadap penonton yang aktif berpartisipasi dalam Youtube *Live*, untuk menggali pengalaman, persepsi, serta makna yang mereka bangun terhadap performa maskulinitas Bigmo. Melalui wawancara mendalam, peneliti tidak hanya mengidentifikasi bentuk partisipasi penonton, tetapi juga memahami bagaimana respons, dukungan, dan ekspektasi penonton berkontribusi dalam membentuk dan mereproduksi performativitas maskulinitas dalam praktik Youtube *Live* Bigmo.

Dalam penelitian studi kasus, objek penelitian dipahami sebagai fenomena yang dikaji secara mendalam dan terikat pada konteks tertentu, bukan sekadar peristiwa yang berdiri sendiri (Yin, 2018). Objek dalam penelitian ini ialah fenomena yang menjadi fokus utama kajian. Objek penelitian ini adalah peran penonton dalam membentuk performativitas maskulinitas Bigmo pada siaran YouTube *Live*, yang bisa dilihat melalui pola interaksi, respons, dan partisipasi penonton dalam ruang siaran langsung. Interaksi ini mencakup komentar, dukungan, candaan, kritik, maupun bentuk partisipasi lain yang berpotensi mempengaruhi cara Bigmo menampilkan maskulinitas di ruang digital.

Kemudian, subjek penelitian ini adalah penonton YouTube *Live* Bigmo yang berpartisipasi secara aktif dalam siaran langsung. Subjek ini dinyatakan karena mereka memiliki pengalaman langsung dalam berinteraksi dan berpartisipasi dalam proses pembentukan performativitas maskulinitas Bigmo. Dalam penelitian kualitatif, konsep populasi tidak didefinisikan secara ketat seperti dalam penelitian kuantitatif, melainkan dipahami sebagai keseluruhan sumber data yang berpotensi memberikan informasi yang relevan sesuai dengan konteks penelitian. Dalam penelitian ini, populasi merujuk pada seluruh penonton yang hadir serta berinteraksi dalam siaran YouTube *Live* Bigmo, karena mereka merupakan bagian dari hal yang menjadi fokus kajian dan memiliki pengalaman langsung terhadap fenomena yang diteliti (Hennink & Kaiser, 2022).

Dalam penelitian kualitatif ini pastinya memiliki sampel penelitian atau yang biasa kita dengar ialah informan. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini ialah teknik menentukan informan yang di mana peneliti memilih informan yang sesuai dengan kriteria penelitian (Asrulla et al., 2023). Teknik ini sangat tepat untuk penelitian ini dikarenakan penelitian ini membutuhkan informan

yang berpartisipasi langsung sehingga memiliki kemampuan untuk memberikan informasi yang relevan, seperti penonton yang aktif dalam berkomentar, dan rutin menonton siaran langsung, atau pun ia menunjukkan partisipasinya yang intens dalam berinteraksi dengan Bigmo. Pemilihan informan secara purposive karena tujuan penelitian kualitatif adalah menggali pemahaman yang mendalam terkait makna, proses, dan dinamika sosial dalam konteks kasus tertentu, bukan untuk menghasilkan generalisasi statistik (Sugiyono, 2021).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan teknik wawancara secara mendalam. Menurut (Putri & Murhayati, 2025) salah satu teknik pengumpulan data utama dalam penelitian kualitatif ialah wawancara, yang di mana peneliti dapat mengetahui secara mendalam terkait pandangan dan pengalaman informan dengan cara tanya jawab yang mendalam sesuai fokus penelitian. Maka metode wawancara mendalam dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, pandangan, serta makna subjektif yang dibangun oleh penonton mengenai peran mereka dalam membentuk performativitas maskulinitas Bigmo pada siaran YouTube *Live*. Melalui wawancara mendalam, peneliti bisa memperoleh data yang detail, dan kontekstual, karena peneliti memberi ruang kepada informan untuk menceritakan pengalaman mereka secara bebas, dan mendalam sesuai dengan perspektif masing-masing.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis tematik kualitatif. Analisis tematik digunakan karena memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, mengorganisasi, dan menafsirkan pola-pola makna yang muncul dari data kualitatif secara sistematis. Dalam konteks penelitian ini, analisis tematik digunakan untuk memahami bagaimana peran penonton berkontribusi dalam membentuk performativitas maskulinitas Bigmo melalui interaksi yang terjadi selama siaran YouTube *Live*. Data yang diperoleh dari wawancara mendalam dianalisis dengan menekankan pada pengalaman, persepsi, serta makna yang dibangun oleh penonton terhadap performa Bigmo di ruang digital.

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah reduksi data, ialah menyeleksi data hasil wawancara agar sesuai dengan tujuan penelitian. Tahap selanjutnya yaitu pengodean (*coding*), yaitu pemberian kode pada jawaban informan yang dianggap penting dan relevan dengan fokus penelitian. Kode-kode tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam kategori, sehingga peneliti dapat melihat keterkaitan antar data hasil wawancara setiap informan. Tahap terakhir adalah penarikan tema utama, yang merepresentasikan pola makna mengenai bentuk partisipasi penonton, respons terhadap performa Bigmo, serta proses konstruksi dan reproduksi maskulinitas dalam konteks YouTube *Live*.

Analisis tematik memiliki peluang agar peneliti memahami fenomena secara mendalam dan kontekstual, karena teknik ini tidak hanya mendeskripsikan data, namun juga menafsirkan makna di balik interaksi sosial yang terjadi. Maka analisis tematik membantu peneliti menjelaskan bagaimana makna maskulinitas dinegosiasikan melalui hubungan antara Bigmo dan penontonnya dalam praktik siaran langsung di media digital yaitu Youtube *Live* (Putri & Murhayati, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil wawancara mendalam dengan informan mereka yang menonton Bigmo, dan menunjukkan bahwa performativitas maskulinitas dibentuk secara dinamis melalui interaksi *real time*. Pembahasan selanjutnya akan menganalisis temuan ini, mengaitkannya dengan budaya partisipatif, hubungan parasosial, dan konstruksi maskulinitas dalam ruang digital kolaboratif, sesuai kerangka teoritis. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan delapan narasumber yang merupakan penonton aktif *Live*

streaming Bigmo, didapatkan perspektif yang beragam mengenai bagaimana sosok Bigmo sebagai laki-laki ditampilkan, dimaknai, dan dinegosiasikan dalam interaksi *Live*, khususnya ketika ia melakukan siaran bersama perempuan. Secara umum, Bigmo dipersepsikan sebagai figur yang percaya diri, vokal, dan mampu mengendalikan jalannya *Live streaming*. Namun, maskulinitas yang dilekatkan pada Bigmo tidak bersifat tunggal atau stabil, melainkan terbentuk dari interaksi antara Bigmo, respon penonton, dan situasi *Live streaming* itu sendiri.

Sebagian besar narasumber menggambarkan Bigmo sebagai sosok yang santai, dominan, dan nyaman menjadi pusat perhatian. Cara bicara yang lugas, bercandaan frontal, serta keberaniannya menanggapi komentar penonton menjadi ciri yang paling sering disebut. Bagi beberapa narasumber seperti Maqdis, Syafina, dan Zhafarina, maskulinitas Bigmo terlihat jelas melalui keberanian mengambil alih arah obrolan dan selalu bersedia mengambil risiko demi menjaga suasana *Live* tetap hidup. Namun, narasumber lain seperti Nabil dan Erin menilai maskulinitas Bigmo lebih terlihat dari konsistensinya sebagai *streamer* dan kemampuannya menjaga alur pembicaraan agar tetap ramai, meskipun mereka tidak melulu setuju dengan pernyataan atau sikap Bigmo.

Pandangan yang lebih reflektif muncul dari narasumber seperti Faiq dan Zhafif, yang menekankan kesadaran Bigmo akan perannya sebagai *entertainer*. Mereka melihat bahwa banyak perilaku Bigmo, termasuk maskulinitas yang ditunjukkan, merupakan bagian dari persona yang sengaja dibangun untuk kebutuhan hiburan. Bigmo digambarkan sebagai sosok yang berani dan rela menampilkan sisi konyol, bahkan dianggap tidak dewasa oleh sebagian penonton demi menjaga *engagement*. Dalam konteks ini, maskulinitas tidak selalu menjadi identitas utama, melainkan salah satu elemen performatif yang dapat dimunculkan sesuai situasi.

Ketika ditanya mengenai perilaku Bigmo yang paling mencerminkan maskulinitas, mayoritas narasumber merujuk pada momen saat Bigmo menanggapi komentar penonton atau menerima tantangan, terutama yang berisiko besar. Keberanian untuk merespon komentar secara langsung, melakukan aksi spontan seperti memukul-mukul bokong dan berciuman, atau mengambil posisi dominan dalam obrolan dianggap sebagai penanda maskulinitas. Namun, terdapat perbedaan penekanan antar narasumber, misalnya pada narasumber bernama Moranda yang memaknai maskulinitas Bigmo dari aspek yang lebih emosional dan sensorik, seperti suara yang dalam, cara bicara yang tenang, dan sikap yang memunculkan rasa aman. Sementara itu, Faiq dan Zhafif menilai maskulinitas Bigmo juga muncul ketika ia berbicara serius, memberi nasihat, atau menunjukkan sisi rasional yang jarang terlihat di tengah konten.

Hampir seluruh narasumber sepakat bahwa terdapat perbedaan sikap Bigmo ketika *Live* sendirian dibandingkan saat *Live* bersama perempuan. Saat solo *Live*, Bigmo dinilai lebih bebas, lebih frontal, dan lebih leluasa mengekspresikan diri. Sebaliknya, ketika bersama perempuan, Bigmo cenderung lebih terkontrol, lebih berhati-hati, dan lebih aktif mengatur arah obrolan. Perbedaan ini oleh sebagian narasumber dipahami sebagai bentuk penyesuaian terhadap kehadiran lawan jenis, sementara yang lain melihatnya sebagai penjagaan citra diri. Zhafif bahkan menyebut bahwa Bigmo seolah menggunakan “topeng” tertentu agar terlihat lebih maskulin dan “wah” di mata penonton.

Kehadiran perempuan dalam *Live* Bigmo umumnya dipersepsikan memperkuat citra maskulinitasnya. Banyak narasumber menilai bahwa Bigmo menjadi lebih *gentle*, lebih protektif, dan lebih menunjukkan kepemimpinan ketika berbicara dengan perempuan. Tindakan-tindakan kecil, seperti membantu tamu

perempuan atau menjadi pendengar yang sabar, sering dimaknai sebagai maskulinitas yang positif. Namun, tidak semua narasumber melihat efek ini secara konsisten. Beberapa mencatat adanya momen ketika peran Bigmo justru melemah atau ambigu, terutama ketika perempuan mengambil inisiatif lebih besar dalam interaksi, akibatnya Bigmo terlihat salah tingkah.

Respon penonton dalam kolom komentar menjadi faktor penting yang memengaruhi dinamika *Live*, di mana seluruh narasumber mengamati bahwa komentar menjadi jauh lebih ramai saat Bigmo *Live* bersama perempuan. Bercandaan, menjodoh-jodohkan, dan komentar *flirty* muncul sebagai pola dominan. Sebagian narasumber menganggap hal ini sebagai bentuk hiburan yang sudah menjadi kebiasaan dalam *Live streaming*, sementara yang lain menyoroti adanya komentar yang menjurus seksual, agresif, dan tidak pantas. Setiap penonton memiliki batas toleransi yang berbeda terhadap perilaku partisipatif dalam *Live*.

Komentar dan donasi (*gift*) juga dipersepsikan memiliki pengaruh terhadap sikap Bigmo. Mayoritas narasumber menilai bahwa Bigmo menjadi lebih *playful*, aktif, dan lebih berani ketika mendapat dorongan dari penonton, terutama melalui donasi yang kadang disertai tantangan. Namun, terdapat pula narasumber yang merasa pengaruh tersebut tidak terlalu signifikan atau tidak menjadi fokus utama mereka saat menonton *Live streaming* Bigmo. Ketika diminta menanggapi tiga cuplikan *Live*, yaitu saat *streaming* bersama Kenny Beatz, Shakira Jasmine, dan Jessica Chantika, penilaian narasumber menjadi lebih kritis. Beberapa melihat Bigmo menunjukkan maskulinitas dominan dan keberanian mengambil risiko. Namun, sebagian lain menganggap tindakan tertentu, khususnya yang melibatkan kontak fisik akibat dorongan donasi, tidak mencerminkan maskulinitas, melainkan sekadar tuntutan hiburan. Beberapa narasumber bahkan menilai tindakan tersebut sebagai kesalahan karena tidak mempertimbangkan norma budaya dan etika, serta berpotensi merusak citra dirinya sendiri.

Menariknya, beberapa narasumber secara eksplisit membedakan antara persona Bigmo di layer dan kepribadiannya di luar *Live*. Maskulinitas yang ditampilkan Bigmo tidak selalu dianggap sebagai refleksi diri yang autentik sehingga ia dipandang sebagai individu yang berperan demi adanya hiburan. Selain itu, beberapa narasumber menganggap bahwa maskulinitas bigmo di maknai melalui ketenangannya, kemampuannya dalam mendengarkan dan rasa tanggung jawab terhadap tamu Perempuan secara relasional. Namun, maskulinitas tersebut justru dipertanyakan dan dinilai negatif.

Secara keseluruhan, kebanyakan narasumber menganggap bahwa Bigmo sendiri merupakan aktor yang membentuk citra maskulinnya. Penonton dan situasi *Live* dipandang sebagai faktor yang memperkuat, memancing dan mengarahkan sisi tertentu dari pesona Bigmo. Tetapi beberapa pandangan penonton menilai bahwa Bigmo memiliki peran besar karena ekspektasi dan respons yang sering mendorong Bigmo melakukan Tindakan tertentu. Penemuan ini menunjukkan bahwa sikap maskulin yang dimiliki Bigmo saat *Live streaming* tidak bersifat statis, tetapi bagian dari hasil negosiasi yang berlangsung antara Bigmo, penonton dan konteks hiburan digital yang melingkupinya

Penelitian ini membahas hasil analisis secara komprehensif terkait wawancara yang mendalam dengan delapan narasumber yang aktif menjadi penonton (*nicegang*) YouTube *Live* Bigmo. *Live* tersebut dihasilkan dari ruang digital yang kolaboratif bagaimana maskulinitas diproduksi, dinegosiasi dan dimodifikasi. Berdasarkan fokus yang diangkat dalam Bab I bagian latar belakang, fenomena ini berakar dari besarnya perkembangan *Live streaming* sebagai arena performatif di mana identitas, relasi gender dan budaya partisipatif dipertontonkan dan dibentuk secara real-time. Bigmo, sebagai figur sentral yang dikenal dengan

pembawaan maskulin, *chaotic*, dan humor tanpa filter, menjadi studi kasus ideal untuk membingkai interaksi kompleks antara *streamer* dan komunitas digital.

Performa maskulinitas Bigmo dalam *Live streaming* jelas tidak bersifat statis, melainkan merupakan hasil dari proses negosiasi yang dinamis, terbagi antara ekspresi persona pribadi dan tuntutan hiburan kolektif. Deskripsi narasumber yang melihat Bigmo sebagai sosok "percaya diri, vokal, dan mampu mengendalikan jalannya siaran" menunjukkan adanya perwujudan ciri-ciri Maskulinitas Hegemoni Tradisional. Aspek seperti "keberanian mengambil alih arah obrolan," "lugas," dan "frontal" sejalan dengan karakteristik seperti *Give em Hell* (keberanian dan agresi) dan penekanan pada "kepemimpinan" yang secara tradisional diasosiasikan dengan kejantanan (Daulay dalam Rumahorbo, 2018; Putera, 2019 dalam Nuzulia, 2022). Namun, maskulinitas ini tidak selalu mutlak; narasumber juga mencatat adanya dimensi lain, seperti yang ditunjukkan oleh Moranda yang memaknai maskulinitas dari "suara yang dalam, cara bicara yang tenang, dan sikap yang memunculkan rasa aman," atau Faiq dan Zhafif yang menyoroti sisi "rasional" Bigmo saat memberikan nasihat. Hal ini menunjukkan bahwa maskulinitas yang dipertontonkan adalah konstruksi sosial yang kaya, tidak hanya terpaku pada kekerasan atau dominasi fisik, melainkan juga mencakup aspek *sturdy oak* (kemandirian tanpa emosi) atau bahkan evolusi tipologi maskulinitas kontemporer.

Elemen krusial yang membedakan *Live streaming* dari media konvensional adalah kuatnya Budaya Partisipatif penonton. Temuan bahwa audiens, atau *nicegang*, tidak hanya mengamati tetapi secara aktif membentuk alur siaran melalui komentar dan donasi yang memancing aksi, mengafirmasi tesis Jenkins (2009) yang dikutip dalam Bab I bahwa dorongan partisipasi ini berasal dari komunitas yang menciptakan ruang ekspresi kolektif. Ketika mayoritas narasumber menunjuk pada momen Bigmo "merespons komentar secara langsung, melakukan aksi spontan, atau mengambil posisi dominan," ini memperlihatkan bagaimana interaksi *real-time* memvalidasi performa. Bigmo merespons umpan balik ini demi menjaga *engagement*, memodifikasi identitas yang ditampilkan sesuai ekspektasi publik. Respon ini, yang membuat Bigmo menjadi "lebih aktif, lebih *playful*, dan lebih berani ketika mendapat dorongan" melalui donasi, secara gamblang memperlihatkan *Live streaming* sebagai Ruang Kolaboratif di mana performa tidak bersifat individual, melainkan dibentuk melalui keterlibatan aktif penonton (Saharani & Kuwatono, 2025; Lv et al., 2022).

Pengaruh partisipasi penonton menjadi paling kentara dalam dinamika interaksi dengan tamu perempuan. Komentar penonton menjadi "jauh lebih ramai" saat Bigmo *Live* bersama perempuan, didominasi oleh *flirting*, menjodoh-jodohkan, dan komentar menjurus seksual. Dalam konteks ini, kehadiran perempuan dikomodifikasi, berfungsi sebagai pemicu *engagement* dan secara efektif memperkuat citra maskulinitas Bigmo, yang dinilai menjadi "lebih *gentle*, lebih protektif, dan lebih menunjukkan kepemimpinan." Dinamika ini selaras dengan temuan Tan et al. (2022) di Latar Belakang yang menyatakan bahwa meskipun *Live streaming* mengkomodifikasi performa, hierarki gender tetap muncul, di mana laki-laki mempertahankan dominasi sementara perempuan menjadi elemen pendukung. Lebih jauh, fokus penonton pada penampilan fisik dan relasi dengan *streamer* mencerminkan bias representasi yang dikemukakan oleh De la Torre-Sierra & Guichot-Reina (2024), di mana perempuan direpresentasikan sebagai objek visual, bahkan dalam lingkungan non-fiksi sekalipun.

Meski demikian, performativitas maskulinitas Bigmo juga dilihat secara kritis oleh penontonnya. Pandangan Faiq dan Zhafif bahwa banyak perilaku maskulin Bigmo adalah "bagian dari persona yang sengaja dibangun untuk kebutuhan hiburan" menunjukkan adanya kesadaran audienstentang aspek komodifikasi dan

self-disclosure yang berkelanjutan (*continuous self-disclosure*) sebagai strategi *streamer* untuk meningkatkan ilusi kedekatan (McLaughlin & Wohn, 2021). Zhafif bahkan menyebut bahwa Bigmo seolah menggunakan "topeng" untuk terlihat "lebih maskulin dan 'wah'." Kesadaran kritis ini menjadi penyeimbang, di mana *nicegang* tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga melakukan evaluasi terhadap performa tersebut, yang merupakan bagian dari Parasocial Processes (Hartmann, 2008 dalam Wardani & Kusuma, 2025). Ketika tindakan Bigmo dianggap "melampaui batas," penonton melakukan penolakan atau mempertanyakan maskulinitasnya, menunjukkan peran mereka sebagai validator sosial yang dapat menerima atau menolak atribut maskulin tersebut (Chen, 2024).

Secara inheren, hubungan antara Bigmo dan audiens adalah bentuk Hubungan Parasosial, di mana penonton mengembangkan kedekatan emosional dan rasa memiliki, meskipun sadar bahwa interaksi tersebut semu (Abdurahim & Adim, 2025; Saharani & Kuwatono, 2025). Keterikatan ini, yang mendorong *nicegang* untuk mendukung Bigmo dengan donasi dan komentar suportif, pada akhirnya menjadikan audiens sebagai *co-producer* yang aktif dalam proses konstruksi identitas. Maskulinitas Bigmo, oleh karena itu, harus dipahami sebagai produk dari performativitas kolaboratif, sebuah identitas yang terus dibentuk dan ditampilkan secara bersama-sama oleh *streamer* dan penonton di ruang digital" (Rabbani & Wati, 2024). Kesimpulannya, Bigmo adalah aktor utama dalam menampilkan citra maskulinnya, namun performa tersebut diekspresikan, diuji, dan diatur sesuai dengan ekspektasi, *feedback* kolektif, dan batasan etika yang dinegosiasikan secara *real-time* oleh komunitas penontonnya dalam arena *Live streaming* yang terkomodifikasi.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa maskulinitas Bigmo dalam siaran YouTube *Live* tidak sepenuhnya bersumber dari kepribadian personal, melainkan dibentuk melalui interaksi antara Bigmo, penonton, dan dinamika *Live streaming*. Maskulinitas tersebut bersifat situasional dan berubah sesuai konteks, ditampilkan melalui sikap percaya diri, keberanian, serta kemampuan mengendalikan alur obrolan. Respons spontan terhadap situasi *Live* menjadi bagian penting dalam membangun citra maskulinitas, meskipun berpotensi menimbulkan pelanggaran norma yang kemudian dikoreksi melalui tekanan sosial dari penonton.

Penonton berperan signifikan dalam membentuk maskulinitas Bigmo melalui komentar, candaan, dukungan, dan tantangan, sehingga maskulinitas dikonstruksi secara kolektif. Kehadiran perempuan dalam *Live* turut memengaruhi cara maskulinitas ditampilkan sekaligus memperlihatkan praktik ketidaksetaraan gender di ruang digital. Hubungan parasosial memperkuat keterlibatan penonton dalam mengontrol dan menilai perilaku Bigmo. Secara keseluruhan, maskulinitas dalam YouTube *Live* merupakan konstruksi sosial yang dinamis dan terus dinegosiasikan melalui interaksi *real-time* antara individu, komunitas, dan platform digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurahim, M. Y., & Adim, A. K. (2025). Interaksi Parasosial Pada Penggemar *Streamer* Youtube Jonathan Liandi. *e-Proceeding of Management*, 12(3).
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*, 7(3).
- Chen, J., & Liao, J. (2022). Antecedents of Viewers' *Live streaming* Watching: A Perspective of Social Presence Theory. *Front Psychol*.
- Chen, X. (2024). Cross-Gender Performances and Audience Engagement on Douyin. *Advances in Social Behaviour Research*, 12.

- De la Torre-Sierra, A. M., & Guichot-Reina, V. (2024). Women in Video Games: An Analysis of the Biased Representation of Female Characters in Current Video Games. *Sexuality & Culture*, 29. <https://doi.org/10.1007/s12119-024-10286-0>
- Elva, H. Y., & Murhayati, S. (2025). Penelitian Studi Kasus Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2).
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022, January). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292.
- Kim, M., & Kim, J. (2020). How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context. *Computers in Human Behavior*.
- King, N., Calasanti, T., Pietila, I., & Ojala, H. (2021). The Hegemony in Masculinity. *Men and Masculinities*, 24(3), 432-450.
- Lv, J., Cao, C., Xu, Q., Ni, L., Shao, X., & Shi, Y. (2022). How *Live streaming* Interactions and Their Visual Stimuli Affect Users' Sustained Engagement Behaviour—A Comparative Experiment Using *Live* and Virtual *Live streaming*. *Sustainability*, 14(4).
- McLaughlin, C., & Wohn, D. Y. (2021). Predictors of parasocial interaction and relationships in *Live streaming*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*.
- Nuzulia, I. (2022). Relasi maskulin bapak dan anak dalam film “Ayah. Menyayangi Tanpa Akhir” dan “Sabtu Bersama Bapak”. (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).
- Potts, C., & Stebleton, M. J. (2023). Behind the Digital Mask: Examining Social Media and Masculinity. *About Campus: Enriching the Student Learning Experience*, 4(13).
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025, Agustus). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2).
- Rabbani, F. Z., & Wati, R. (2024). Komunitas Dan Interaksi Penonton pada Siaran Langsung Di Kanal Youtube Naplive. *Humanus: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(3).
- Saharani, S. A., & Kuwatono. (2025). Relasi Parasosial Dan Komunikasi Dua Arah Dalam *Live Streaming* Studi Netnografi Pada *Live Streaming* YouTube Deankt. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal (IPSSJ)*, 2(5).
- Sandy, A. P., Poerana, A. F., & Ramadhani, M. (2025). Pemaknaan Interaksi Parasosial dalam *Livestreaming* antara Membership Youtube dan *Streamer* di Platform Youtube Gojek Dota2. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(6).
- Sonni, A. F., Putri, V. C. C., Akbar, M., & Irwanto, I. (2025). Platform-Specific Masculinities: The Evolution of Gender Representation in Indonesian Reality Shows Across Television and Digital Media. *Journalism and Media*, 6(1).
- Subiyakto, A., Yudhanta, S., Nurmiati, E., Utami, M. C., Fetrina, E., Sugiarti, Y., Hakiem, N., Huda, M. Q., & Sangsawang, T. (2025). Reviewing Factors of Audience Engagement in *Live streaming*. *Jurnal CoreIT*, 11(1).
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan* (3rd ed.). ALFABETA.
- Tan, C. K. K., Liu, T., & Kong, X. (2022). The Emergent Masculinities and Gendered Frustrations of Male *Live-Streamers* in China. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 66(2). <https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2057501>
- Tasidjawa, J. S., Suardhita, N., & Fitria, N. (2025). Pengaruh *Live Streaming* Youtube @Ybrap Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Pemuda Lithang Bakti Pondok Cabe. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(10).
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2025). Interaksi Parasosial Penggemar K-Pop Di Media Sosial (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2).
- Wendland, J. (2024). Building a Better Participatory Culture and Enhancing Sense of Community in Podcasts – Systematic Literature Review. *Journal Of Radio & Audio Media*. <https://doi.org/10.1080/19376529.2024.2347609>
- Wulandari, K., Sugandi, & Hairunnisa. (2023). Interaksi Parasosial Dan Tingkat Loyalitas Konsumen Remaja Akhir Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Samarinda. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2).
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research And Applications* (Sixth Edition ed.). SAGE Publications.

Tradisi *Bahandipan* sebagai Bentuk Komunikasi Budaya Kolektif Petani Sawah di Desa Gudang Hirang

The Bahandipan Tradition As A Form Of Collective Cultural Communication Among Rice Farmers in Gudang Hirang Village

Muhammad Yakub Amin, Muhammad Alif

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

Korespondensi: Jl. Brigjend H. Hasan Basri, Pangeran, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia

Surel: muhammad_alif@ulm.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v7i1.1795>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 18/09/2025

Direvisi: 30/01/2026

Publikasi: 31/01/2026

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Bahandipan;
Interaksi Simbolik;
Komunikasi Budaya Kolektif;
Petani Sawah;

Keywords:

Bahandipan;
Collective Cultural
Communication;
Rice Farmers;
Symbolic interaction;

ABSTRAK

Tradisi bahandipan merupakan bentuk gotong royong khas masyarakat Banjar yang kini mulai tergerus oleh modernisasi. Lebih dari sekadar praktik bertani, tradisi ini menjadi wadah komunikasi budaya kolektif yang memperkuat solidaritas antarpetani di Desa Gudang Hirang. Penelitian ini bertujuan memahami peran tradisi bahandipan sebagai bentuk komunikasi budaya kolektif dengan pendekatan kualitatif dan metode fenomenologi, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap ketua kelompok tani, sejarawan lokal, serta petani setempat. Dengan menggunakan teori Interaksi Simbolik, penelitian ini menganalisis bagaimana makna sosial dibentuk melalui interaksi dalam tradisi tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa bahandipan berfungsi sebagai sarana komunikasi lisan dan simbolik yang mempererat jaringan sosial, nilai gotong royong, dan pengambilan keputusan secara musyawarah tanpa struktur formal. Walaupun terpengaruh oleh sistem kerja modern berbasis upah, bahandipan tetap dipandang sebagai warisan budaya bernilai yang penting untuk dilestarikan dalam konteks pembangunan berbasis kearifan lokal.

ABSTRACT

Bahandipan tradition is a form of mutual cooperation unique to the Banjar community, which is now gradually being eroded by modernization. More than just an agricultural practice, this tradition serves as a medium of collective cultural communication that strengthens solidarity among farmers in Gudang Hirang Village. This study aims to understand the role of the bahandipan tradition as a form of collective cultural communication, using a qualitative approach and phenomenological method through interviews, observation, and documentation involving farmer group leaders, local historians, and village farmers. Utilizing Symbolic Interaction Theory, the study analyzes how social meaning is constructed through interactions within the tradition. The findings reveal that bahandipan functions as both verbal and symbolic communication, reinforcing social networks, the values of mutual cooperation, and consensus-based decision-making without formal structure. Although it is increasingly affected by modern wage-based labor systems, bahandipan remains regarded as a meaningful cultural heritage worth preserving in the context of development rooted in local wisdom.

PENDAHULUAN

Tradisi gotong royong dalam dunia pertanian tidak hanya menjadi bagian dari praktik kerja sama, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai budaya dan sistem sosial yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat Indonesia (Sumitro et al., 2022). Salah satu bentuk tradisi tersebut adalah *bahandipan* atau *baarian* yang hidup di tengah masyarakat Banjar di Kalimantan Selatan. Tradisi ini merupakan bentuk kerja sama antartetani dalam menanam dan memanen padi secara bergiliran di lahan masing-masing, dengan prinsip saling membantu tanpa imbalan materi. Menurut (Ideham et al., 2005), istilah *bahandipan* umumnya digunakan di wilayah batang banyu, yaitu daerah di sepanjang aliran sungai besar, sementara istilah *baarian* lebih dikenal di lahan persawahan yang berada pada kawasan pasang surut serta wilayah dataran tinggi. Perbedaan ini menunjukkan adanya kekayaan terminologi lokal yang mencerminkan kedekatan masyarakat dengan kondisi geografisnya.

Bahandipan bukan sekadar bentuk gotong royong biasa, tetapi juga merupakan warisan budaya dari sistem pertanian tradisional masyarakat Banjar. Sistem ini lahir dari akumulasi pengetahuan lokal yang terbentuk melalui proses belajar, adaptasi terhadap lingkungan, serta praktik yang diteruskan dari generasi ke generasi dan tetap dijaga keberlangsungannya hingga sekarang (Hastuti et al., 2019). Dalam pelaksanaannya, kegiatan *bahuma* dilakukan di lahan rawa gambut pasang surut dan lebak, dengan teknik yang masih tradisional mulai dari pembibitan, penanaman, hingga panen. Tradisi *bahandipan* ini memperlihatkan bahwa masyarakat Banjar memiliki mekanisme tersendiri untuk menjaga keberlangsungan pertanian sekaligus menjalin hubungan sosial yang erat antaranggota komunitasnya.

Hasil wawancara pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti kepada Ibu Budiayah, salah satu warga Desa Gudang Hiran, memperkuat pemahaman tentang makna dan praktik *bahandipan* di masyarakat. Ia menyatakan bahwa, “*Bahandipan tu artinya bagagantian... bahandipan kada pakai duit tapi pakai tenaga membalasnya*” (Wawancara, 22 Desember 2024). Hal ini menegaskan bahwa praktik ini tidak bersifat transaksional, melainkan didasari oleh prinsip timbal balik dan solidaritas sosial. Bapak Hasbullah, ketua kelompok tani RT 04 Desa Gudang Hiran, juga menambahkan bahwa jadwal kerja dalam *bahandipan* biasanya telah disepakati bersama, baik berdasarkan waktu maupun ukuran lahan, “Jamnya sudah diatur misalnya sampai jam 12, kena isuk hari siapa pulang... kada hanya per burongan bisa jua per jam...” (Wawancara, 22 Desember 2024).

Tradisi ini merefleksikan nilai kebersamaan dan solidaritas yang tetap dijunjung tinggi oleh masyarakat Banjar. Sebagaimana dijelaskan oleh Lisnawati & Ahmad (2023), praktik *bahandipan* tidak semata-mata merupakan kerja sama dalam kegiatan pertanian, melainkan juga bagian dari sistem sosial yang mempererat hubungan antarindividu dalam komunitas. Hal ini sejalan dengan pandangan Koentjaraningrat yang mendefinisikan kebudayaan sebagai keseluruhan kemampuan manusia yang berlandaskan pada pemikiran, tercermin dalam perilaku serta karya yang dihasilkan, dan diperoleh melalui proses belajar. Dalam praktik *bahandipan*, unsur-unsur kebudayaan seperti sistem mata pencaharian, organisasi kemasyarakatan, hingga bahasa terlihat jelas dan menjadi bagian integral dari pelaksanaannya. (Sumarto, 2019). Unsur-unsur budaya seperti sistem mata pencaharian hidup, organisasi kemasyarakatan, dan bahasa sangat tampak dalam pelaksanaan *bahandipan*.

Nilai-nilai gotong royong tersebut tercermin pula dalam semboyan lokal masyarakat Banjar seperti *Gawi Sabumi Sampai Manuntung*, *Waja Sampai Kaputing*, dan *Kayuh Baimbai* yang semuanya menekankan pentingnya kerja kolektif sampai tuntas. (Wahyu, 2020) menjelaskan bahwa prinsip-prinsip ini bermakna kerja

bersama dari awal hingga selesai dengan semangat saling membantu. Dalam konteks ini, *bahandipan* berfungsi tidak hanya sebagai sistem kerja pertanian, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi budaya kolektif yang memperkuat interaksi sosial antarpetani (Mutiah, 2017).

Komunikasi menjadi aspek penting dalam pelaksanaan *bahandipan*. Setiap aktivitas diawali dengan kesepakatan bersama dan koordinasi yang biasanya disampaikan melalui komunikasi langsung yang informal, seperti obrolan santai, kunjungan ke rumah, atau pengumuman lisan. Dalam *bahandipan*, komunikasi dilakukan secara verbal dengan menggunakan bahasa daerah, dan juga nonverbal melalui isyarat tubuh dan ekspresi wajah. Menurut (Nurudin, 2016), komunikasi merupakan bentuk interaksi manusia yang paling mendasar, baik secara verbal, nonverbal, maupun simbolik. Dalam masyarakat kolektif seperti masyarakat Banjar, komunikasi ini menjadi sarana pewarisan nilai dan memperkuat kohesi sosial. Komunikasi kelompok yang melibatkan tiga orang atau lebih menjadi landasan terbentuknya kesadaran kolektif dan identitas kelompok (Rohim, 2016). Nilai-nilai, norma, dan simbol budaya yang diturunkan dari generasi ke generasi menjadikan komunikasi sebagai sarana vital dalam mempertahankan budaya lokal.

Budaya kolektif memainkan peran penting dalam membentuk relasi sosial masyarakat agraris. Dalam budaya ini, kepentingan kelompok sering kali ditempatkan di atas kepentingan individu. Gotong royong, musyawarah, dan kebersamaan menjadi karakter utama masyarakat. Ragawa (2023) menunjukkan bahwa bahkan dalam komunitas modern seperti penggemar pakaian vintage, budaya kolektif tetap membentuk identitas bersama yang menekankan keberlanjutan dan solidaritas. Penelitian (Jatmika, 2018) juga menunjukkan bahwa budaya kolektif berkorelasi positif dengan motivasi berbelanja sosial di masyarakat urban.

Dalam konteks pertanian, *bahandipan* menjadi media komunikasi budaya kolektif yang merepresentasikan nilai kekeluargaan, tanggung jawab bersama, dan kepedulian sosial. Seperti dijelaskan oleh (Prasetyono et al., 2017), kehidupan kolektif memerlukan kepercayaan, kejujuran, dan kesetiaan pada nilai-nilai bersama. Namun, modernisasi dan perubahan zaman kini mengancam eksistensi tradisi ini. Banyak generasi muda lebih memilih bekerja sebagai buruh atau pekerjaan lain yang dianggap lebih menguntungkan secara ekonomi. Bapak Hasbullah menyampaikan bahwa "*wahini banyak yang bagawi tadih memilih bacari duit... bahandipan ni rami sambil begagayaan lawan yang lain kada karasaan tuntung*" (Wawancara, 22 Desember 2024).

Pergeseran ini menunjukkan adanya kemunduran partisipasi dalam praktik *bahandipan* yang sebelumnya menjadi perekat sosial masyarakat. (Nengsih, 2016) menilai bahwa meningkatnya sikap individualistik akibat modernisasi dapat terjadi pergeseran yang berpotensi mengurangi nilai-nilai luhur seperti gotong royong dan solidaritas sosial. Oleh sebab itu, penting untuk menelaah lebih mendalam bagaimana praktik *bahandipan* sebagai wujud komunikasi budaya kolektif masih dipraktikkan, bagaimana proses perubahan berlangsung, serta upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga agar nilai-nilai lokal tetap terpelihara.

Dalam kajian ini, teori interaksi simbolik digunakan sebagai landasan untuk memahami makna dan praktik komunikasi dalam *bahandipan*. George Herbert Mead menjelaskan bahwa manusia bertindak berdasarkan makna yang mereka ciptakan melalui interaksi simbolik. Herbert Blumer kemudian menyusun gagasan ini ke dalam teori interaksi simbolik yang menekankan bahwa tindakan manusia adalah hasil dari interpretasi simbol-simbol sosial yang dimediasi oleh bahasa dan komunikasi (Haris & Amalia, 2018).

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mendokumentasikan tradisi Bahandipan sebagai sistem kerja sama pertanian dan warisan budaya (Ideham dkk., 2005; Hastuti dkk., 2019; Lisnawati & Ahmad, 2023), penelitian yang secara khusus mengeksplorasi dimensi komunikatifnya sebagai praktik budaya kolektif masih terbatas. Lebih spesifik lagi, belum ada penelitian yang menggunakan lensa Teori Interaksi Simbolik untuk menganalisis secara mendalam bagaimana makna, simbol, dan proses negosiasi dalam interaksi verbal dan nonverbal dalam tradisi ini menghasilkan dan mereproduksi nilai-nilai kolektif di tengah ancaman modernisasi dan pergeseran partisipasi generasi muda, seperti yang ditunjukkan dalam konteks Desa Gudang Hirang. Kesenjangan ini akan diisi oleh penelitian ini.

Dengan demikian, dibutuhkan penelitian yang lebih mendalam terhadap praktik *bahandipan* sebagai bentuk komunikasi budaya kolektif masyarakat Banjar. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendokumentasikan tradisi, tetapi juga melihat dinamika perubahan yang terjadi, serta memberikan kontribusi dalam upaya pelestarian kearifan lokal yang berharga ini di tengah tantangan modernisasi. Judul yang penulis angkat yakni "*Tradisi Bahandipan Sebagai Bentuk Komunikasi Budaya Kolektif Petani Sawah di Desa Gudang Hirang*", diharapkan dapat menjadi salah satu sarana untuk memahami dan mengangkat kembali nilai-nilai sosial budaya masyarakat agraris Banjar yang mulai tergerus oleh perubahan zaman.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Kelompok

Menurut McLean, komunikasi kelompok merupakan suatu proses yang bersifat dinamis, di mana sekelompok kecil individu terlibat dalam percakapan. Secara umum, komunikasi kelompok diartikan sebagai interaksi yang melibatkan sekitar tiga hingga delapan orang. Semakin besar jumlah anggota dalam suatu kelompok, maka semakin besar pula kemungkinan kelompok tersebut terbagi menjadi kelompok-kelompok kecil. Sementara itu, Phil Venditti menjelaskan bahwa komunikasi kelompok adalah proses pertukaran informasi di antara individu-individu yang memiliki kesamaan dari segi budaya, bahasa, dan wilayah geografis (Ruliana & Lestari, 2021)

Komunikasi kelompok merupakan proses komunikasi yang terjadi antara tiga orang atau lebih secara langsung, di mana setiap anggota saling berinteraksi. Jumlah anggota dalam komunikasi kelompok tidak memiliki batasan yang kaku, bisa terdiri dari 2–3 orang hingga 20–30 orang, namun umumnya tidak melebihi 50 orang. Dalam praktiknya, komunikasi kelompok juga mencakup komunikasi antarpribadi. Sifatnya cenderung spontan serta belum memiliki pembagian peran atau tugas yang jelas bagi masing-masing anggota, sehingga setiap individu berpotensi mengambil peran apa pun dalam proses komunikasi tersebut. (Rohim, 2016).

Fungsi Komunikasi kelompok yang akan dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri yaitu: (Roudhonah, 2019).

1. Fungsi hubungan sosial, yaitu kelompok berperan dalam menjaga serta memperkuat relasi antaranggota, misalnya dengan memberikan kesempatan bagi anggota untuk terlibat dalam kegiatan yang bersifat informal, santai, maupun menghibur.
2. Fungsi pendidikan, yaitu kelompok berfungsi sebagai wadah pertukaran pengetahuan, baik secara formal maupun informal, guna mencapai tujuan bersama.
3. Fungsi persuasi, yaitu berfungsi untuk seorang anggota kelompok dapat berusaha memengaruhi anggota lain untuk melakukan atau menghindari suatu tindakan tertentu.

4. Fungsi pemecahan masalah dan pembuatan keputusan, yaitu kelompok menjadi sarana untuk menemukan berbagai alternatif solusi yang sebelumnya belum terpikirkan. Pemecahan masalah menghasilkan opsi-opsi yang kemudian dijadikan dasar dalam proses pengambilan keputusan, yakni memilih di antara dua atau lebih alternatif.
5. Fungsi terapi, yaitu kelompok dapat membantu individu dalam melakukan perubahan diri secara personal. Proses ini terjadi melalui interaksi dengan anggota kelompok lain, meskipun fokus utamanya adalah membantu perkembangan diri individu tersebut, bukan semata mencari kesepakatan kelompok.

Komunikasi Budaya Kolektif

Komunikasi berperan penting dalam memperkuat budaya kolektif suatu masyarakat. Melalui komunikasi, nilai-nilai dan norma yang dianut kelompok dapat diperkenalkan sekaligus diwariskan kepada anggota masyarakat lainnya. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya memperkuat identitas bersama dan meningkatkan kohesi sosial, tetapi juga membentuk cara pandang, pemahaman, serta interpretasi masyarakat terhadap lingkungan sekitarnya. Identitas budaya kolektif tersebut pada akhirnya menjadi pedoman bagi individu dalam merespons situasi dan berperilaku sesuai dengan nilai serta norma yang berlaku di dalam kelompoknya (Nasrullah, 2018).

Praktik komunikasi dalam budaya kolektif menurut Rodríguez dalam (Rustandi & Nuryanto, 2024), praktik komunikasi dalam budaya kolektif cenderung bersifat tidak langsung atau implisit, dengan menekankan pentingnya sikap hormat dan kesantunan. Komunikasi yang terlalu langsung sering kali dianggap kasar atau tidak sopan dalam budaya ini. Perbedaan antara budaya kolektif dan individualis terbentuk oleh norma-norma sosial yang berlaku dalam masing-masing orientasi budaya. Salah satu contohnya adalah norma timbal balik, yakni kewajiban untuk membalas budi. Budaya kolektif juga ditandai oleh kepatuhan, pencarian harmoni, dan bentuk komunikasi yang lebih halus. Kesantunan dalam komunikasi masyarakat kolektif didasarkan pada norma sosial yang telah disepakati dalam kehidupan bermasyarakat.

Berdasarkan definisi komunikasi dan budaya kolektif dapat disimpulkan bahwa keduanya saling terikat satu sama lain, sehingga pembahasan mengenai komunikasi budaya kolektif merupakan sebagai proses sosial di mana anggota suatu kelompok berbagi informasi, ide, dan nilai-nilai yang membentuk identitas kolektif mereka. Proses ini melibatkan interaksi verbal dan non-verbal yang mencerminkan norma dan tradisi budaya, serta berfungsi sebagai cara untuk memperkuat identitas kelompok. Dalam konteks ini, komunikasi dilakukan berdasarkan nilai-nilai dan kepercayaan bersama yang dipegang oleh anggota kelompok, menciptakan rasa saling pengertian dan keterhubungan di antara individu. Selain itu, komunikasi budaya kolektif juga berperan penting dalam menyampaikan tradisi, pengetahuan, dan pengalaman dari generasi ke generasi.

Petani Sawah

Petani sawah merupakan seorang yang mengelola lahan pertanian dengan pendekatan yang khas, berbeda dari sistem ekonomi kapitalis yang berusaha mendapatkan keuntungan. Sawah merupakan bentuk pertanian yang dilakukan pada lahan basah dan membutuhkan ketersediaan air yang cukup, baik pada sawah irigasi, sawah lebak, sawah tadah hujan, maupun sawah pasang surut. Pola pertanian ini berjalan seiring dengan siklus alam, sehingga cara kerja petani sawah berbeda dengan pekerja di sektor industri perkotaan. Bagi petani sawah, kerja keras biasanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu, sementara di periode lain mereka memiliki jeda atau kelonggaran dalam aktivitas pertanian. Meski demikian, ada saat-saat tertentu

ketika pekerjaan di sawah tidak dapat diselesaikan hanya dengan tenaga sendiri, sehingga memerlukan tambahan bantuan dari orang lain (Arifa, 2019).

Bahandipan

Gotong royong masyarakat Banjar dalam kegiatan menanam dan memanen padi dikenal dengan istilah *bahandipan* atau *baarian*. Kegiatan ini dilakukan secara bergiliran di lahan sawah para peserta gotong royong. Istilah *baarian* umumnya digunakan untuk menyebut praktik gotong royong di wilayah persawahan pasang surut maupun daerah dataran tinggi, sedangkan *bahandipan* lebih sering dipakai di daerah batang banyu atau wilayah tepi sungai besar (Ideham, et al., 2005).

Tradisi *bahandipan* mencerminkan berbagai nilai kearifan lokal, khususnya dalam hal menjaga hubungan harmonis antar sesama. Nilai solidaritas dan semangat saling tolong menolong yang terkandung dalam tradisi ini sepatutnya tetap dilestarikan agar tidak tergerus oleh berkembangnya sikap individualis. Tidak dapat dibantah bahwa perkembangan zaman turut mendorong tumbuhnya kecenderungan individualistik dalam kehidupan masyarakat. Sikap tersebut secara perlahan dapat mengikis semangat gotong royong, termasuk melemahkan eksistensi tradisi-tradisi lokal seperti *bahandipan*.

Tradisi *bahandipan* merupakan praktik kolektif yang diwariskan secara turun-temurun di kalangan petani, khususnya dalam masyarakat agraris di Indonesia. Tradisi ini tidak hanya berfungsi sebagai metode kerja sama dalam pertanian, tetapi juga sebagai sarana komunikasi budaya kolektif yang memperkuat hubungan sosial, solidaritas, dan kearifan lokal.

Teori Interaksi Simbolik

George Herbert Mead berpendapat bahwa tindakan manusia didorong oleh makna yang mereka berikan terhadap orang lain, objek, maupun peristiwa. Makna tersebut terbentuk melalui bahasa yang dipakai manusia saat berkomunikasi, baik dalam konteks komunikasi antarpribadi maupun komunikasi intrapersonal (self-talk) yang berlangsung dalam ranah pikiran individu. Bahasa berfungsi sebagai sarana utama untuk membentuk *sense of self* serta memungkinkan manusia menjalin interaksi dengan orang lain dalam masyarakat. Karena karya-karya Mead tidak pernah dipublikasikan secara langsung, Herbert Blumer kemudian menghimpun, menyunting, dan menerbitkan gagasan Mead dalam buku *Mind, Self, and Society* (mead, 1962). Blumer pula yang memperkenalkan sekaligus menamai gagasan tersebut dengan istilah teori interaksi simbolik (Haris & Amalia, 2018).

Pemahaman bahwa tradisi bahandipan (atau baarian) bukan hanya mekanisme gotong royong dalam kerja pertanian, melainkan praktik komunikasi budaya kolektif yang hidup dalam struktur sosial masyarakat Banjar. Bahandipan diposisikan sebagai praktik sosial utama (fenomena inti) yang memuat nilai timbal balik, solidaritas, dan kebersamaan, sekaligus menjadi ruang terjadinya komunikasi kelompok (interaksi 3 orang atau lebih) melalui koordinasi kerja, pembagian waktu, dan kesepakatan bergiliran. Di dalam praktik tersebut, komunikasi berlangsung secara verbal (bahasa Banjar, ungkapan-ungkapan lokal, ajakan/penetapan jadwal) dan nonverbal (isyarat, ekspresi, kebiasaan kerja) yang merefleksikan norma kolektif seperti musyawarah, kepatuhan pada kesepakatan, dan harmoni sosial. Dengan demikian, bahandipan dipahami sebagai media pewarisan nilai dan identitas kolektif petani sawah, yang menegaskan keterikatan antara sistem mata pencaharian, organisasi kemasyarakatan, dan budaya lokal dalam satu rangkaian praktik.

Selanjutnya, kerangka ini menempatkan teori interaksi simbolik sebagai lensa untuk membaca bagaimana makna bahandipan dibentuk, dipertahankan, dan dinegosiasikan melalui interaksi sehari-hari antarpetani. Individu bertindak berdasarkan makna yang mereka berikan pada bahandipan (misalnya

“membalas tenaga tanpa duit”, “kewajiban moral”, atau “kebersamaan yang menyenangkan”), dan makna itu muncul dari proses interpretasi simbol dalam interaksi berulang. Pada saat yang sama, modernisasi dan perubahan orientasi kerja generasi muda dipahami sebagai faktor perubahan yang dapat menggeser partisipasi serta mengubah cara memaknai bahandipan dari praktik kolektif yang dianggap penting menjadi aktivitas yang dinilai kurang relevan secara ekonomi

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam makna tradisi bahandipan sebagai bentuk komunikasi budaya kolektif di Desa Gudang Hirang. Menurut Moleong dalam Harahap (2020), penelitian kualitatif bertujuan menggali fenomena sosial budaya secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, sementara pendekatan fenomenologi menekankan pada pengalaman subjektif individu terhadap suatu fenomena (Nasir et al., 2023), sehingga mampu menyingkap nilai solidaritas, keterikatan emosional, dan identitas budaya dalam tradisi tersebut.

Penelitian ini juga menggunakan teori interaksi simbolik yang menekankan bahwa makna sosial dibentuk melalui proses interaksi antarindividu, di mana simbol, bahasa, dan tindakan menjadi dasar pembentukan realitas sosial bersama. Dalam konteks bahandipan, makna gotong royong dan musyawarah tidak hanya tampak dalam tindakan, tetapi juga melalui simbol-simbol dan komunikasi lisan yang dibangun antartetani. Objek penelitian mencakup aspek tempat, pelaku, dan aktivitas sosial (Sugiyono, 2016), dengan informan yang ditentukan melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam tradisi.

Triangulasi yang dipakai adalah triangulasi informan, teknis analisa data dengan mempergunakan miles dan huberman dimana aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tadisi Bahandipan Sebagai Bentuk Komunikasi Budaya Kolektif Para Petani Sawah

Tradisi *bahandipan* sudah dikenal sejak masyarakat Banjar mulai mengenal pertanian, yang diperkirakan sudah ada sejak sebelum Masehi. Tradisi ini memang erat kaitannya dengan masyarakat petani atau masyarakat agraris. *Bahandipan* biasanya dilakukan dalam berbagai tahap kegiatan pertanian, mulai dari pengolahan atau pembukaan lahan, penanaman dan perawatan padi, hingga panen bahkan sampai pada pengolahan padi hasil panen. Kemungkinan besar tradisi bahandipan ini mulai ada sejak masyarakat Banjar sudah menetap dan tidak lagi hidup secara nomaden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tradisi *bahandipan* di Desa Gudang Hirang merupakan bentuk gotong royong dalam pertanian yang dilaksanakan secara bergiliran di sawah para peserta, baik saat menanam maupun panen. Praktik ini mencerminkan komunikasi budaya kolektif masyarakat Banjar yang berlandaskan nilai solidaritas, kepercayaan, dan kebersamaan. Sebagaimana disampaikan Saipullah (Wawancara, 04 Mei 2025), “*Bahandipan* itu bagagantian, musim tanam bisa, musim katam bisa...” yang menandakan fleksibilitas waktu dan kegiatan dalam pelaksanaannya. *Bahandipan* dibedakan dalam tiga kategori berdasarkan sistem waktu, hasil, dan hari. *Bahandipan* sifatnya adalah hutang, tidak bisa digantikan berupa uang atau pengalih material apapun. Apabila diganti dengan maka sistem *bahandipan* tersebut

berubah menjadi sistem upah. Akan tetapi bisa digantikan oleh pihak keluarga atau orang yang disuruh peserta *bahandipan* tersebut untuk menggantikannya. Hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Saipullah “*Bahandipan itu sifatnya hutang. Pas aku kada kawa bisa mamanya menggantiakan. Bahandipan itu kada kawa diganti lawan duit atau berupa pengalih itu kada mau. Karna kalau kaya itu sistemnya jadi upah*”. (Wawancara pada 04 Mei 2025).

Nilai ini menunjukkan bahwa tenaga dibalas dengan tenaga, bukan uang, yang menjadi dasar interaksi sosial dalam sistem pertanian tradisional Banjar. Berikut adalah Gambar 1. tradisi *bahandipan* di sawah.



Gambar 1. *Bahandipan* Menanan Padi

Sumber: Saipullah, 2024

Tradisi *bahandipan* yang terjalin sangat mengutamakan kepentingan kelompok agar berjalan dengan lancar. Dalam *bahandipan* komunikasi kelompok terjadi saat saling berinteraksi antar peserta *bahandipan*, interaksi yang sering terbangun akan memunculkan sifat kolektif antar sesama.

Nilai kolektif dalam tradisi *bahandipan* terwujud dalam bentuk kerja bersama yang tidak hanya efisien dalam aspek teknis pertanian, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemersatu masyarakat. Saling tolong-menolong, saling menggantikan saat ada yang berhalangan, serta keterlibatan anggota keluarga dalam pelaksanaan *bahandipan* menegaskan pentingnya relasi sosial dalam masyarakat petani. Dalam tradisi ini, kerja kolektif dipandang sebagai kewajiban moral yang harus dijalankan demi kelangsungan sistem sosial yang adil dan setara. Lebih jauh, semangat kebersamaan dalam *bahandipan* tidak pada pekerjaan fisik saja, melainkan merambah pada aspek emosional dan psikologis. Dalam praktiknya, para petani berinteraksi dengan penuh keakraban dan kehangatan, yang pada akhirnya mempererat ikatan sosial, meningkatkan solidaritas, serta membentuk kohesi sosial yang tinggi dalam komunitas mereka.

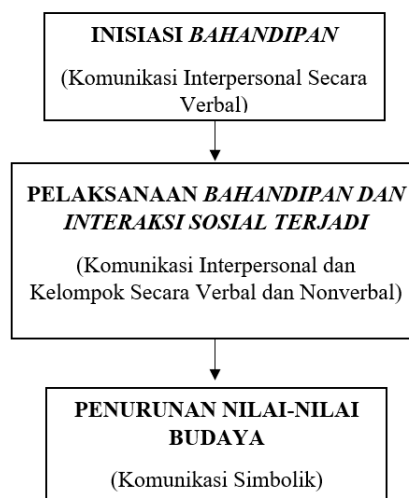
Hasil penelitian Suneeporn Suwanmaneepong et al. (2024), mengungkapkan pada petani padi beririgasi di Thailand menemukan bahwa modal sosial (social capital) mendorong niat/partisipasi petani dalam aktivitas kolektif, dan penulis secara eksplisit menekankan penguatan group cohesion serta kapasitas jejaring sebagai bagian dari rekomendasi kebijakan

Dalam konteks komunikasi, *bahandipan* berfungsi sebagai media komunikasi kelompok kecil yang mengandalkan interaksi langsung, spontan, dan penuh pertimbangan sosial. Pelaksanaan *bahandipan* berlangsung secara informal tanpa struktur organisasi resmi. Komunikasi antarpetani dilakukan dari mulut ke mulut tanpa pertemuan formal. “Karna sifatnya sudah tradisi, kada melalui rapat... saling menyampaikan dari mulut ke mulut aja,” jelas Saipullah. Komunikasi ini tidak hanya verbal, tetapi juga nonverbal melalui gestur, ekspresi, dan tindakan simbolik seperti membawa makanan, berbagi alat, dan saling menggantikan tenaga kerja.

Tujuan utama komunikasi dalam *bahandipan* adalah menjaga harmoni sosial. Jika ada peserta yang tertinggal dalam pekerjaan, anggota lain akan membantu tanpa diminta. Suasana kerja di sawah biasanya hangat, penuh canda, dan memperlerat hubungan antarpetani. Bentuk komunikasi yang terjadi meliputi komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal berlangsung melalui ajakan lisan, percakapan spontan, serta penggunaan bahasa Banjar yang tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan, tetapi juga menjadi simbol identitas budaya masyarakat. Sedangkan komunikasi nonverbal tampak dalam tindakan kolektif seperti bekerja bersama tanpa instruksi langsung, penggunaan alat yang seragam, hingga ritual *tampung tawar minyak baburih* yang sarat simbolisme spiritual. Nilai solidaritas pun terwujud melalui sikap saling pengertian, menjaga etika kerja di sawah, serta kebersamaan dalam menyelesaikan pekerjaan.

Pada akhirnya, kesantunan dalam *bahandipan* dibentuk oleh norma sosial yang disepakati dan diwariskan secara turun-temurun. Norma tak tertulis seperti kewajiban untuk membantu, menjaga ucapan agar tidak menyinggung, tidak menyombongkan diri, serta menghormati giliran menjadi bagian penting dari etika komunikasi yang terus dijaga. Semua ini menjadikan *bahandipan* bukan hanya sekadar aktivitas pertanian, melainkan juga praktik komunikasi budaya kolektif yang memperkuat solidaritas, kebersamaan, dan identitas masyarakat Banjar.

Pola komunikasi ini mencerminkan kedekatan emosional dan bentuk komunikasi khas masyarakat kolektif. *Bahandipan* juga memperkuat relasi sosial karena dijalankan dengan kepentingan bersama. tambahannya. Berikut alur komunikasi tradisi *bahandipan*.



Gambar 2. Alur Komunikasi *Bahandipan*

Bentuk Pergeseran Tradisi Bahandipan dalam Komunikasi Budaya Kolektif

Tradisi *bahandipan* masih dijalankan oleh sebagian masyarakat Desa Gudang Hirang, namun temuan penelitian menunjukkan adanya pergeseran yang signifikan. Faktor penyebab utama adalah perubahan gaya hidup, meningkatnya kebutuhan ekonomi praktis, masuknya teknologi modern, serta menurunnya minat generasi muda terhadap sektor pertanian. Akibatnya, pelaksanaan *bahandipan* yang dulunya berlangsung rutin dan menyeluruh dari membuka lahan sampai dengan musim panen kini hanya dilakukan pada momen-momen tertentu seperti saat menanam padi atau musim panen.

Namun, keterlibatan generasi muda mulai menurun, banyak yang memilih bekerja di sektor non-pertanian karena hasil pertanian dinilai tidak menguntungkan. “Generasi muda tidak mau lagi mengolah sawah karena hasilnya lebih sedikit dibanding bekerja kantor,” kata Mansyur (02 Juni 2025). Meski begitu,

ada anak muda yang tetap terlibat saat panen jika diajak langsung. “Biasanya yang tuhnya membawai yang anum-anum dengan cara menyampaikan tujuannya... supaya cepat memanen,” ujar Fauzi Rahman. Kendati demikian, di wilayah seperti RT 10 Desa Gudang Hiran, *bahandipan* masih dijalankan. Keberlanjutan ini ditopang oleh semangat kekeluargaan dan komitmen sosial yang kuat.

Bahandipan adalah representasi dari nilai gotong royong dan kebersamaan. Namun, nilai-nilai kolektif tersebut mulai tergerus oleh individualitas masyarakat. Tradisi yang dulu dijalankan sebagai bentuk solidaritas sosial kini dipandang sebagai beban atau digantikan oleh sistem upah. Bapak Hasbullah menyebutkan bahwa masyarakat lebih memilih sistem upahan atau menggunakan jasa mesin pertanian karena lebih efisien. “*Bahandipan nih jarang bisa tegawi karna alat-alat sudah mulai canggih dan masyarakat ingin hasil yang cepat.*” (Wawancara pada 13 Mei 2025).

Pergeseran ini berdampak pada melemahnya hubungan sosial antartetani karena intensitas interaksi menurun. Dalam *bahandipan*, makan bersama, berbagi makanan, dan saling membantu menjadi bagian dari praktik sosial yang mempererat ikatan komunitas. Ketika sistem tersebut digantikan dengan sistem upah atau teknologi, maka interaksi sosial yang kaya makna budaya menjadi hilang. Pada awalnya, komunikasi dalam *bahandipan* berlangsung secara lisan, spontan, dan tanpa struktur formal. Warga akan saling menyampaikan informasi secara langsung dari mulut ke mulut. Namun, dengan berkurangnya partisipasi dan meningkatnya individualisme, pola komunikasi ini menjadi lebih terbatas. Informasi tentang *bahandipan* kini lebih sering disampaikan kepada orang-orang terdekat saja atau bahkan tidak terlaksana karena tidak ada yang memulai.

Pergeseran dalam praktik *bahandipan* tidak harus dimaknai sebagai kemunduran, melainkan sebagai bentuk adaptasi terhadap dinamika zaman. Esensinya tetap harus dijaga yakni gotong royong, kebersamaan, dan komunikasi budaya yang mengikat masyarakat Banjar. Pelestarian dapat dilakukan melalui peran keluarga, lembaga adat, pendidikan informal, dan kebijakan pemerintah desa yang pro-kearifan lokal. Dengan begitu, *bahandipan* tidak sekadar menjadi kenangan masa lalu, tetapi terus hidup sebagai ekspresi jati diri budaya Banjar yang dinamis.

Interaksi Simbolik dalam Tradisi Bahandipan di Desa Gudang Hiran

Interaksi simbolik merupakan hubungan yang saling bergantung antara simbol dan interaksi yang dilakukan oleh manusia. Simbol yang digunakan merupakan bagian dari proses interaksi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan tertentu. Dengan demikian, simbol dapat dipahami sebagai representasi dari fenomena yang terjadi (Yuvita & Alif, 2025). Aspek simbolik juga hadir dalam bentuk mitos dan ritual pada masyarakat desa Gudang Hiran.

Dengan menggunakan teori interaksi simbolik dari Mead dan Blumer, *bahandipan* dipahami sebagai interaksi yang penuh makna. Blumer menyatakan bahwa manusia tidak merespons dunia secara langsung, tetapi terhadap makna dari dunia itu (Carter & Fuller, 2023). Dalam konteks *bahandipan*, tindakan seperti menggantikan tenaga orang tua, berbagi makanan di sawah, hingga cara memperlakukan benih padi mencerminkan makna sosial dan spiritual. Ibu Budiya menuturkan, “Benih padi itu seperti anak... jadi jangan diperlakukan kasar,” (Wawancara, 28 April 2025). Lalu Masyarakat percaya bahwa perempuan yang sedang haid tidak boleh turun ke sawah karena bisa menyebabkan padi merah.

Selain itu, ada tradisi *tampung tawar minyak baburih* menjelang panen yang berfungsi sebagai penolak bala dan doa keselamatan. “Ambil 5 atau 7 batang banih... dibawa bulik, di andak di dalam kindai... di nyalai dupa,” jelas Hasbullah (Wawancara, 13 Mei 2025). Tindakan-tindakan ini memperlihatkan bahwa proses

bertani dipahami secara spiritual, bukan hanya teknis. Ini menegaskan bahwa aktivitas bertani merupakan bagian dari proses identitas sosial dan budaya masyarakat Banjar.

Identitas budaya kolektif menjadi pedoman bagi anggota masyarakat dalam merespons berbagai situasi serta bertindak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku dalam kelompoknya (Nasrullah, 2018). Begitu pula yang terjadi pada tradisi *bahandipan* ada nilai-nilai dan norma yang dipegang oleh masyarakat desa Gudang Hirang. Setiap peserta yang menerima bantuan memiliki kewajiban moral untuk membalasnya. “*Bahandipan* ini sifatnya bahu tang jadi setiap orang harus membayar handipan itu,” tegas Saipullah. Selain itu, penggunaan alat tradisional seperti *gummaan*, *tajak*, *ranggaman*, dan pelestarian istilah lokal seperti *lampak*, *lacak*, dan *asak* memperkuat identitas budaya. “Nilai yang penting dilestarikan itu alat-alat pertanian tradisional... dan istilah pertanian Banjar,” ungkap Mansyur.

Konsep pikiran atau *mind* dalam teori Mead merujuk pada kemampuan manusia untuk menggunakan simbol dalam proses berpikir dan berinteraksi secara sadar (Díez-Palomar et.,al 2020). Dalam konteks *bahandipan*, masyarakat menggunakan berbagai simbol sosial dan kepercayaan lokal untuk memberikan makna terhadap aktivitas bertani. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan sejumlah mitos dan pantangan yang dipatuhi oleh masyarakat sebagai bentuk interpretasi simbolik terhadap realitas. Misalnya, larangan bagi perempuan yang sedang menstruasi untuk turun ke sawah karena diyakini akan menyebabkan benih menjadi merah, menunjukkan bahwa masyarakat memaknai kesucian dan keseimbangan alam secara simbolik.

Konsep diri atau *self* menurut Mead terbentuk melalui interaksi sosial, di mana individu belajar melihat dirinya dari sudut pandang orang lain. Dalam tradisi *bahandipan*, identitas dan perilaku petani tidak terlepas dari nilai-nilai sosial yang berlaku. Individu diharapkan untuk menjaga ucapan dan sikap selama berada di sawah, seperti tidak menyombongkan hasil panen atau meremehkan proses penanaman.

Hal ini menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh ekspektasi sosial dan norma kolektif. Ritual seperti pembacaan doa, *tampung tawar minyak baburih*, mencerminkan bagaimana individu membentuk dirinya sebagai bagian dari sistem kepercayaan dan budaya masyarakat. Keseluruhan proses ini menunjukkan bahwa konsep diri petani terbentuk melalui internalisasi nilai dan simbol yang berlaku dalam masyarakat mereka.

Masyarakat atau *Society* dalam pandangan Mead adalah struktur interaksi simbolik yang membentuk tindakan dan pemaknaan individu (Athens. 2005). Tradisi *bahandipan* memperlihatkan bahwa masyarakat Desa Gudang Hirang memiliki sistem nilai yang kuat dan diwariskan melalui bahasa, praktik, dan simbol-simbol budaya. Bahasa Banjar digunakan sebagai medium komunikasi utama dalam setiap proses pertanian, termasuk dalam penyampaian larangan, nasihat, dan ritual.

Selain itu, penggunaan alat-alat tradisional seperti *tajak* (alat membersihkan rumput), *ranggaman* atau *ani-ani* (alat untuk memanen padi), *asak* atau *tatujah* (alat menanam padi) serta *gummaan* (alat untuk memisahkan padi kosong dengan yang berisi) memperkuat nilai-nilai kebersamaan dan kesinambungan budaya. Tradisi *bahandipan* sendiri merupakan kerja kolektif yang sarat akan simbol kebersamaan, kekeluargaan, dan spiritualitas.

Penerapan teori ini juga menggarisbawahi pentingnya *mind*, *self*, dan *society* dalam tradisi *bahandipan*. Petani yang terlibat di dalamnya tidak hanya bekerja untuk dirinya sendiri, tetapi membangun persepsi kolektif tentang siapa dirinya dalam konteks komunitas. Maka, tradisi ini memperkuat kesadaran kolektif sekaligus menjadi cerminan dari hubungan antara individu dan masyarakat, antara makna pribadi dan simbol sosial.

SIMPULAN

Tradisi *bahandipan* di Desa Gudang Hirang adalah bentuk komunikasi budaya kolektif masyarakat Banjar yang merekatkan solidaritas sosial, membangun jaringan kerja berbasis kepercayaan, dan mewariskan nilai-nilai lokal. Praktik ini berlangsung secara informal melalui komunikasi lisan dan prinsip utang sosial, bukan transaksi ekonomi. *Bahandipan* mencerminkan interaksi kelompok yang spontan dan partisipatif dengan nilai kebersamaan, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Meski menghadapi tantangan modernisasi dan perubahan pola pikir generasi muda, tradisi ini tetap menjadi warisan budaya strategis yang memperkuat identitas masyarakat Banjar.

DAFTAR RUJUKAN

- Athens, L. (2005). Mead's lost conception of society. *Symbolic Interaction*, 28(3), 305–325. <https://doi.org/10.1525/si.2005.28.3.305>
- Carter, M. J., & Fuller, C. (2023). Symbolic interactionism. *Encyclopedia of Health Research in the Social Sciences*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.5840/soctheorpract1973232>
- Díez-Palomar, J., García-Carrión, R., Hargreaves, L., & Vieites, M. (2020). Transforming students' attitudes towards learning through the use of successful educational actions. *PLOS ONE*, 15(10), e0240292. doi:10.1371/journal.pone.0240292.
- Harahap, N. (2020). Penelitian Kualitatif. *Wal Ashri Publishing*.
- Haris, A., & Amalia, A. (2018). Makna Dan Simbol Dalam Proses Interaksi Sosial (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal Dakwah Risalah*, 29(1), 16–19. <https://doi.org/10.24014/jdr.v29i1.5777>
- Hastuti, K. P., Sumarmi, S., Budijanto, B., & Utomo, D. H. (2019). Etno-Agrikultur Suku Banjar di Lahan Rawa Pasang Surut (p. 53). Media Nusa Creative.
- Ideham, M. S., Sjarifuddin, S., Anis, Z. A., & Wajidi, W. (2005). Urang Banjar dan Kebudayaanannya. Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kalimantan Selatan.
- Jatmika, D. (2018). Hubungan Budaya Individualis-Kolektif Dan Motivasi Berbelanja Hedonik Pada Masyarakat Kota Jakarta. *Jurnal Psikologi Psibernetika*, 10(1), 9–19. <https://doi.org/10.30813/psibernetika.v10i1.1037>
- Lisnawati, & Ahmad, S. (2023). Kada Balampu, Menyisir Sisi Tapih: Eksplorasi Nilai Islami Dalam Kearifan Lokal Urang Banjar. *Jurnal El-Qanuniy: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyarahan Dan Pranata Sosial*, 9(2), 312–328. <https://doi.org/10.24952/el-qanuniy.v9i2.8578>
- Mead, G. H. (1962). *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist* (C. W. Morris, Ed.). Chicago: The University of Chicago Press
- Mutiah, M. (2017). Membangun Sistem Komunikasi Indonesia Yang Kolektif Lewat Media Tradisional. *The Journal of Society & Media*, 1(2), 75. <https://doi.org/10.26740/jsm.v1n2.p75-85>
- Nasir, A., Nurjana, Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4445–4451. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5224>
- Nasrullah, R. (2018). Komunikasi Antar Budaya: Di Era Budaya Siber. Prenada Media.
- Nengsih, S. W. (2016). Tatangar Banjar Sebagai Ekspresi Sistem Kognisi Masyarakat Banjar. *UNDAS: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa Dan Sastra*, 12(1), 97–109. <https://doi.org/10.26499/und.v12i1.552>
- Nurudin. (2016). Ilmu Komunikasi: Ilmiah Dan Populer. PT. Rajagrafindo Persada.
- Prasetyono, D. W., Astuti, S. J. W., Supriyanto, & Syahrial, R. (2017). Pemberdayaan Petani Berbasis Modal Sosial dan Kelembagaan. *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 02(03), 231–238. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/8387>
- Ragawa, E. R. (2023). Pembentukan budaya kolektif dalam komunitas penggemar pakaian vintage. Universitas Atma Jaya Yogyakarta..
- Rohim, S. (2016). Teori Komunikasi Perspektif, Ragam dan Aplikasi. Rineka Cipta.
- Roudhonah. (2019). *Ilmu Komunikasi*. Depok: Pt Rajagrafindo Persada
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2021). *Teori Komunikasi*. Depok: Pt Rajagrafindo Persada.
- Rustandi, E., & Nuryanto, Y. (2024). Etika Komunikasi Budaya Kolektif Aparatur Pemerintahan Di Desa Waluya Kabupaten Bandung Jawa Barat. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 6272–6278
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. ALFABETA.
- Sumarto, S. (2019). Budaya, Pemahaman dan Penerapannya. *Jurnal Literasiologi*, 1(2), 144–159. <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v1i2.49>

- Sumitro, S., Oruh, S., Kamaruddin, S. A., & Agustang, A. (2022). Solidaritas Sosial Komunitas Masyarakat Nelayan Pulau Liukang Loe di Desa Bira. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 11(3), 490–499. <https://doi.org/10.23887/jish.v11i3.46128>
- Suwanmaneepong, S., Llonas, C., Mankeb, P., & Wongtragoon, U. (2024). *Participatory irrigation management, social capital, and efficiency in rice production: Understanding the linkage in the case of irrigated rice farms in Northern Thailand*. *Heliyon*, 10(11), e32301. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32301>
- Wahyu. (2020). Kearifan Lokal dalam Perspektif Budaya Banjar. *Cross-Border*, 3(2), 226–240. <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/740>
- Yuvita, R., & Alif, M. (2025). Communication acts in traditional rituals of the Banjar community Batatamba. *LITE: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 21(1), 231–241. <https://doi.org/10.33633/lite.v21i1.12412>

Strategi Konten *Storytelling* pada Akun Instagram @bolacomid Dalam Pemenuhan Informasi Penggemar Sepak Bola

Storytelling Content Strategy on the Instagram Account of @bolacomid in Fulfilling Football Fans's Information

Aldika Tiara Salsabilla, Aditya Dwi Putra Bhakti

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, Jawa Timur, Indonesia

Korespondensi: Jl. Bandung No.1, Penanggungan, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia

Surel: aldikasalsa@webmail.umm.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46961/mediasi.v7i1.1849>

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 15/10/2025

Direvisi: 19/01/2026

Publikasi: 31/01/2026

e-ISSN: 2721-0995

p-ISSN: 2721-9046

Kata Kunci:

Circular of SOME;
Media sosial;
Penggemar Sepak Bola.
Strategi pengelolaan;
Storytelling;

Keywords:

Circular of SOME;
Football Fans.
Management Strategy;
Social Media;
Storytelling;

ABSTRAK

Penyebaran informasi dalam dunia olahraga menuntut kecepatan, interaktif dan menarik. Adanya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan akun Instagram @bolacomid sebagai media informasi bagi penggemar fanatik sepak bola. Dengan teori *Circular of SOME* dari Regina Luttrell dan teori *Textual Poachers* dari Jenskin dengan pendekatan kualitatif tipe deskriptif studi pada pengelolaan akun Instagram @bolacomid. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara kepada *social media manager* dan admin media sosial serta observasi langsung terhadap konten yang diunggah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan konten meliputi tahap *SOME* dengan fokus tahap *engage* sebagai sarana menciptakan partisipasi khalayak. Penggunaan *storytelling* dalam konten berperan penting dalam membangun keterlibatan emosional dan interaksi dua arah. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan konten Instagram tidak hanya berorientasi pada informasi tetapi dalam membangun hubungan emosional antara khalayak dan akun.

ABSTRACT

The dissemination of sports information requires speed, interactivity, and engaging presentation. This study analyzes the social media management strategy of the Instagram account @bolacomid as an information medium for football fans. Employing the Circular Model of SOME by Regina Luttrell and Textual Poachers theory by Henry Jenkins, this research uses a qualitative descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews with the social media manager and admin, as well as direct observation of uploaded content. The findings reveal that @bolacomid applies all stages of the SOME model, with particular emphasis on the Engage stage to encourage audience participation. Storytelling is found to play a significant role in fostering emotional engagement and two-way interaction. These results indicate that Instagram content management is not merely focused on information delivery but also on building emotional relationships between the account and its audience.

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi telah menyebar di seluruh penjuru dunia. Perkembangan teknologi komunikasi digital mendorong terjadinya transformasi dalam pola konsumsi informasi. Transformasi digital ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berinteraksi dan berbagi informasi. Perkembangan teknologi membawa perubahan sosial dan budaya dalam masyarakat mulai dari cara berkomunikasi, berpikir dan mengambil keputusan sehari-hari (Nurudin, 2020). Salah satu wujud nyata dari perkembangan tersebut adalah kehadiran media sosial. Media sosial merupakan medium berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk menjalin komunikasi, kolaborasi dan berbagi segala jenis informasi melalui teks, gambar ataupun suara interaktif (Qadir & Ramli, 2024). Dalam dinamika tersebut, media sosial menjadi ruang utama terjadinya komunikasi dua arah antara media dan khalayak.

Pada umumnya media sosial hadir sebagai sarana interaksi, komunikasi, pengumpulan informasi dan penyebaran informasi secara luas. Media sosial juga menjadi *platform* penyedia fasilitas kolaborasi yang mampu menghubungkan relasi dan jaringan sosial di antara para penggunanya tanpa terkendala batasan ruang, jarak, dan juga waktu (Akhman, 2022). Media sosial menjadi pemegang peran penting dalam dunia olahraga modern, khususnya klub sepak bola. Jangkauan global dalam sepak bola membangun kemampuan untuk berinteraksi dan terhubung langsung dengan penggemar. Dalam industri sepak bola yang memiliki tingkat popularitas tinggi, tensi emosional yang kuat dan dampak ekonomi politik yang luas, membuat media sosial menjadi sarana strategis bagi klub sepak bola untuk membangun hubungan dan citra dengan para penggemarnya (Romero-Jara et al., 2023).

Media sosial khususnya Instagram yang memiliki karakteristik visual dapat digunakan untuk membangun citra dan komunikasi dengan penggemar. Berdasarkan data dari *The Global Statistic* (2025), jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 103 juta atau sekitar 36.3% dari total populasi. Angka tersebut menunjukkan dominasi Instagram dalam lanskap digital Indonesia, di mana peran Instagram sangat kuat untuk menjangkau berbagai khalayak dalam penyaluran komunikasi dan informasi. Pada awalnya Instagram hanya digunakan untuk berbagi foto dan video, namun kini semakin berkembang dan memungkinkan penggunanya terhubung dan terinformasi satu sama lain (Wahyuadji & Wulandari, 2024). Dalam konteks media olahraga, kini Instagram menjadi media informasi bagi para penggemar olahraga (Ahmad et al., 2023). Media sosial menjadi faktor penting dalam sebuah organisasi yang dalam hal ini @bolacomid.

Akun Instagram @bolacomid menjadi salah satu akun yang memenuhi kebutuhan informasi penggemar sepak bola di Indonesia. Berada di bawah naungan KapanLagi Youniverse, @bolacomid hadir sebagai media jurnalistik komunitas pecinta sepak bola di Indonesia. Dengan karakteristik visual yang memungkinkan pengguna membagikan momen seperti foto maupun video melalui fitur *Feeds*, *Carousel*, *Reels*, dan *Instagram Story* dimanfaatkan @bolacomid untuk menyampaikan informasi kepada penggemar sepak bola. Melalui konten kreatif, tepat sasaran dan dibagikan secara konsisten, @bolacomid berhasil meraih penghargaan *The Most Productive Online Media Award* pada tahun 2024. Penghargaan ini menjadi bukti bahwa @bolacomid secara konsisten membagikan informasi seputar sepak bola kepada para penggemar sepak bola. Informasi yang disampaikan oleh @bolacomid meliputi perolehan skor pertandingan, analisis hasil pertandingan, berita terkini dari klub sepak bola sampai *meme* seputar sepak bola. Bentuk informasi seperti ini merupakan bentuk informasi umum yang dibagikan oleh media sepak bola, namun akun lain seperti @geromball, mengemas informasi seputar sepak bola dengan gaya *podcast* singkat, *update* skor pertandingan dan juga *meme* sepak

bola. Kemudian, akun @olahbolacom yang turut menggabungkan teknik *storytelling* dalam unggahannya dalam format *carousel*, *games* bersama penggemar sepak bola dan liputan langsung saat berada di lapangan. Jenis konten yang diunggah oleh @olahbolacom cenderung memiliki kesamaan dengan @bolacomid. Berbeda dengan keduanya, @bolacomid turut menggunakan teknik *storytelling* dalam konten *carousel* dan *reels*. Penggunaan teknik *storytelling* ini merupakan salah satu strategi yang digunakan @bolacomid dalam pengelolaan konten. *Storytelling* dinilai dapat menggugah emosi dari penggemar yang dapat menimbulkan adanya interaksi dua arah antara penyedia informasi dan penerima informasi.

Informasi yang datang secara cepat di media sosial menjadi tantangan bagi @bolacomid untuk mengemasnya agar sesuai dengan karakteristik khalayak mereka. Hal tersebut menjadi penting agar informasi yang disampaikan dapat diterima ketika momen tersebut sedang berlangsung dan tepat sasaran kepada target khalayak. Sebelum diunggah ke dalam akun @bolacomid, informasi-informasi tersebut harus melalui beberapa tahapan. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pengelolaan konten yang tepat untuk memudahkan @bolacomid dalam mengelola informasi dan menjadi media komunikasi yang relevan dengan penggemar sepak bola di Indonesia. Banyaknya penggemar sepak bola yang termasuk dalam pengguna aktif Instagram menjadi bentuk bahwa @bolacomid menggunakan Instagram sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan informasi kepada para penggemar sepak bola di Indonesia. Dalam hal ini, strategi pengelolaan konten dilakukan dengan konsep SOME, terdiri dari empat konsep yang memiliki kekuatan masing-masing dan saling berkesinambungan hingga menjadi strategi yang solid.

Penggunaan akun Instagram sebagai media pemenuhan informasi telah dikaji dalam beberapa penelitian terdahulu. Menurut penelitian terdahulu dilakukan oleh (Mahmudah & Rahayu, 2020), tentang strategi pengelolaan konten Instagram pada akun pusat perbelanjaan dengan konsep SOME menunjukkan adanya pengaruh dalam membangun citra dan meningkatkan interaksi khalayak secara efektif. Kemudian penelitian oleh (Nicky & Lestari, 2025) meneliti pengelolaan konten media sosial pada akun Instagram @soekarnohattaairport dalam upaya peningkatan *customer engagement*. Dari penelitian tersebut didapati adanya empat tahapan pada proses interaksi, yakni *consumption*, *curation*, *creation* dan *collaboration*. Penelitian lain dilakukan oleh (Aulia, 2023), dengan hasil penelitian menegaskan bahwa keberhasilan strategi komunikasi ditentukan oleh penggunaan SOME secara kolaboratif sebagai dasar evaluasi konten. Penelitian ini berfokus pada strategi pengelolaan konten yang dikemas dengan teknik komunikasi *storytelling*. Namun, belum ada penelitian yang mengkaji bagaimana strategi pengelolaan konten yang digabungkan dengan teknik tersebut dalam pengelolaan media informasi penggemar sepak bola.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini ingin menjabarkan strategi pengelolaan konten yang digunakan oleh akun penyedia informasi yang dalam ini berfokus pada akun @bolacomid. Batasan dan fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengelolaan akun Instagram @bolacomid dalam pemenuhan informasi kepada penggemar sepak bola. Maka dari itu, penelitian ini akan mencoba untuk menjawab pertanyaan bagaimana strategi pengelolaan konten pada akun Instagram @bolacomid dengan teknik *storytelling* dalam pemenuhan informasi kepada penggemar sepak bola?

TINJAUAN PUSTAKA

The Circular Model of SOME

Konsep ini merupakan metode analisis yang dikemukakan oleh Regina Luttrell, (2019) dalam bukunya yang berjudul *How to Interact, Share, and Connect. The Circular Model of SOME* pada komunikasi sosial

merupakan komponen penting dari riset media sosial dan strategi pengelolaan. Dalam teori circular model of SOME terdiri dari empat konsep yang memiliki kekuatan masing-masing dan saling berkesinambungan hingga menjadi strategi yang solid. Keempat aspek tersebut yaitu, *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*. Dengan model ini, pengguna Instagram dapat berbagi informasi dengan berbagai pihak, mengelola, mengoptimalkan, dan berinteraksi secara efektif.



Gambar 1. Diagram *Circular of SOME* by Regina Luttrell

Sumber: Luttrell, 2019

Aspek pertama adalah *Share*, di mana pemirsa saya? Jenis jaringan apa yang digunakan? Di mana harus menyebarkan konten? Tahapan awal ini bertujuan untuk mengidentifikasi khalayak dari media sosial melalui demografi atau *media mapping*. *Share* berguna untuk memahami *platform* yang akan digunakan dalam pendistribusian konten. Konsep konten dengan *storytelling* menjadi strategi yang paling efektif dalam menggugah emosi. Ketika interaksi dengan khalayak terjalin dengan baik maka khalayak lebih mudah menerima informasi yang dibagikan. Aspek kedua adalah *Optimize* dimulai dengan apa terdapat masalah yang perlu ditangani? Jenis konten apa yang seharusnya dibagikan? Di mana kita sedang diperbincangkan serta bagaimana? Tahapan kedua ini dilakukan dengan menyusun manajemen pengelolaan media sosial meliputi jenis konten yang akan diproduksi. Pengelola media sosial harus memposisikan diri sebagai komunikator yang baik. Seorang komunikator yang baik harus mampu memperhatikan dan mendengarkan pesan yang didapatkan. Konten strategi yang baik dapat menentukan tipe media apa yang bisa membuka peluang dan manfaat bagi sebuah akun.

Aspek ketiga adalah *Manage*, pesan apa yang relevan yang harus dikelola, pantau dan ukur? Tahapan ketiga ini merupakan tahapan *monitoring* konten media sosial. Hasil dari pemantauan konten tersebut dapat digunakan sebagai data evaluasi media sosial. Pemantauan ini bisa dilakukan salah satunya dengan melihat isi kolom komentar dari setiap konten. Dengan mengetahui apa yang sedang terjadi media sosial akan lebih mudah mengetahui apa yang diinginkan khalayak terhadap akun. Kemudian aspek keempat yang perlu dilakukan dalam *circular of SOME* adalah *Engage*, siapa saja yang akan dilibatkan? Proses ini berlangsung dengan memerhatikan khalayak, durasi khalayak ketika mengonsumsi konten yang diunggah. Hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan pemilik akun media sosial dengan khalayak. Percakapan yang terjadi dalam media sosial terjadi begitu cepat dengan adanya *quick response* yang diberikan oleh pengelola media sosial akan meningkatkan hubungan khalayak dengan akun. Sebuah akun akan berhasil ketika mereka memahami manfaat dan membangun hubungan yang tepat dalam pengelolaan media sosial.

Dalam konteks penelitian ini, konsep *Circular of SOME* digunakan sebagai landasan dalam proses analisis strategi pengelolaan konten akun Instagram @bolacomid. Analisis ini dilakukan terhadap percakapan yang terjadi dalam unggahan, visualisasi konten dan caption serta bagaimana tim pengelola media sosial menentukan pola strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau penggemar sepak bola di Indonesia.

Teknik Storytelling

Storytelling merupakan teknik untuk menceritakan sebuah cerita. *Storytelling* dianggap sebagai narasi yang memiliki makna tertentu yang dapat bersinggungan dengan respon khalayak. Tujuan dari penggunaan teknik *storytelling* untuk mendorong permintaan dengan melibatkan pengalaman emosional khalayak (Amangeldiyeva et al., 2020). Teknik *storytelling* turut digunakan dalam media digital sebagai teknik untuk menyampaikan informasi dengan melibatkan respons emosional dari khalayak. Bentuk yang dihasilkan dapat berupa komik, video, presentasi, kolase dan skenario atau sesuatu yang mewakili sebuah konsep. *Storytelling* menjadi wadah bagi komunikator untuk bercerita di ruang media. Dengan pendekatan yang bersifat personal, *storytelling* dapat meningkatkan dorongan dalam membangkitkan emosi dan energi dari konsumen.

Dalam ruang media sosial, Instagram menghadirkan ruang bagi setiap pengguna untuk mengekspresikan diri melalui *storytelling*. Penggunaan teknik *storytelling* dalam sebuah konten dapat memberikan motivasi bagi khalayak untuk memberikan timbal balik dari informasi yang disampaikan. Oleh karena itu, dalam pembuatan konten *storytelling* diperlukan beberapa tahapan agar informasi tersebut dapat relevan dengan pengalaman khalayak dan mendorong khalayak untuk melakukan aksi lebih dari informasi atau cerita yang telah diterima. Tahapan tersebut dapat dimulai dari mengenali karakteristik khalayak, membuat narasi, memadukan dengan visual yang kuat, dan memberikan CTA atau *call to action* pada bagian akhir cerita. Dalam konteks ini, @bolacomid menggunakan tahapan tersebut untuk memproduksi konten yang melibatkan emosi khalayak. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjabarkan bagaimana proses pengelolaan konten yang dipadukan dengan teknik *storytelling* guna melibatkan khalayak dalam komunikasi dua arah yang terjadi pada media sosial Instagram.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pengelolaan akun Instagram @bolacomid sebagai media informasi bagi para penggemar sepak bola. Menurut (Fadli, 2021), penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam terkait fenomena sosial yang terjadi dalam lingkup masyarakat, bukan hanya sekedar mendeskripsikan data dari narasumber, tetapi menganalisis sehingga fenomena tersebut mudah dipahami dan dapat dimaknai secara komprehensif. Penelitian ini memperdalam bagaimana keselarasan pengelolaan konten pada akun Instagram @bolacomid dalam pemenuhan informasi yang dibutuhkan oleh para penggemar sepak bola, dengan mendeskripsikan strategi yang digunakan selama pengelolaan konten Instagram @bolacomid.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada narasumber. Narasumber merupakan individu yang mampu memberikan informasi seluas-luasnya, sedalam-dalamnya dan sedetail mungkin (Suyitno, 2020). Pada penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pemilihan subjek di mana terdapat dua narasumber, yakni primer dan sekunder. Narasumber primer merupakan *social media manager* dari akun @bolacomid dan narasumber sekunder merupakan admin media sosial akun @bolacomid. Pemilihan kedua narasumber karena keduanya termasuk ke dalam tim pengelolaan akun Instagram

@bolacomid yang berarti kedua narasumber terlibat secara langsung dalam pengelolaan media sosial, sehingga nantinya dapat memberikan informasi valid selama pengumpulan data.

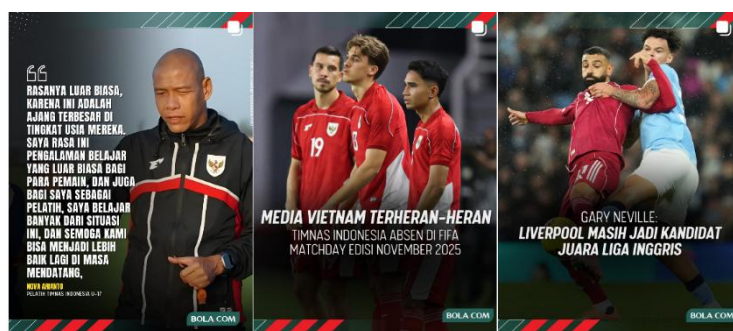
Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi kepada subjek dan objek yang telah ditentukan. Seluruh proses wawancara kepada narasumber akan menjadi bukti dokumentasi dalam penelitian ini. Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada metode Miles dan Huberman yang terbagi dalam tiga kegiatan penting, yaitu reduksi data, penyajian data, dan yang terakhir tahapan verifikasi/penarikan kesimpulan. Kemudian dalam pengabsahan data dilakukan triangulasi sumber. Triangulasi data adalah pengecekan data dari beberapa sumber yang telah tersedia dengan berbagai macam cara dan waktu (Rahayu & Rindrayani, 2025). Dengan menggunakan triangulasi data, maka akan meningkatkan kredibilitas teori, metode serta opini subjektif dari penelitian kualitatif (Mekarisce, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengelolaan Akun Instagram @bolacomid dengan Teori *Circular Model of SOME*

Tahapan berbagi atau *share* menjadi bagian pertama dan penting dalam mengelola media sosial. Tim pengelola media sosial perlu untuk memahami kebiasaan konsumsi konten oleh khalayak. (Luttrell, 2019) menyebutkan, sangat penting bagi tim pengelola media sosial untuk memahami bagaimana dan di mana para khalayaknya berinteraksi. Pemahaman ini menjadi dasar untuk menentukan *platform* media sosial yang tepat. Bolacom memilih media sosial Instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada penggemar sepak bola. Informasi yang dibagikan dapat dikemas dengan berbagai format seperti *feeds*, *carousel*, *Instagram story* dan *reels*.

Berdasarkan pernyataan tersebut, sebelum mengunggah konten di media sosial, perlu untuk menentukan *platform* dan bagaimana karakteristik khalayak di *platform* tersebut. Untuk memahami karakteristik khalayak. Dari hasil wawancara dengan *social media manager*, @bolacomid telah memahami bagaimana karakteristik pengguna Instagram, di mana pada *platform* Instagram khalayak mereka lebih menyukai “konten meme dan *carousel*”. Dari hasil observasi terhadap akun Instagram @bolacomid, tim pengelola media sosial menggunakan data tersebut sebagai strategi konten yang dibagikan.



Gambar 2. Postingan akun Instagram @bolacomid dalam format *carousel*

Sumber: Akun Instagram @bolacomid

Postingan *carousel* biasanya digunakan dalam unggahan suatu peristiwa atau menyampaikan pesan dengan menambahkan keterangan (Salsabilla, 2023). Postingan dengan format *carousel* berisi informasi yang kemudian didukung foto yang selaras dengan isi berita. Postingan ini akan memberikan lebih banyak

informasi daripada postingan biasa. Dengan demikian, tim pengelola akun @bolacomid menggunakan hasil *insight* sebagai strategi dalam membagikan informasi.

Selanjutnya, sebagai akun penggemar sepak bola, membangun kepercayaan menjadi poin penting dalam menjalin hubungan jangka panjang. Dengan memilih berita terkini dan relevan melalui laman *website* Bola.com membuat informasi-informasi yang diunggah oleh @bolacomid dapat dipercaya kredibilitasnya. Dalam penyampaiannya, tim pengelola akun @bolacomid menggunakan teknik *storytelling* agar pesan yang disampaikan lebih menggugah emosi penggemar sepak bola. Luttrell menjelaskan bahwa konten dengan konsep *Storytelling* akan lebih mudah untuk *"build stronger relationships"* (Luttrell, 2019). Dari hasil wawancara kepada *social media manager* @bolacomid, teknik ini digunakan dalam narasi kemenangan, perjuangan dan rivalitas dengan gaya bahasa yang relevan dengan penggemar sepak bola. Teknik ini dapat dijumpai pada unggahan serta *caption* yang ada pada konten-konten bolacom.

Dengan menyajikan konten yang relevan dengan khalayak, maka tidak hanya informasi yang disampaikan melainkan turut membangun hubungan yang lebih dekat dengan khalayak yang dalam hal ini adalah penggemar sepak bola di Indonesia. Tim pengelola akun @bolacomid telah menyelaraskan tahap *share* dalam pengelolaan akun Instagram. Melalui pemahaman *platform*, memahami karakteristik khalayak dan menggunakan teknik *storytelling* dalam penyampaian informasi turut membangun kepercayaan khalayak dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan penggemar sepak bola yang menjadi khalayak utama akun Instagram @bolacomid.

Tahapan kedua adalah *optimize*. *"To optimize any conversation, listening is paramount."* artinya, tahap 'mendengarkan' merupakan hal yang paling utama. Dalam upaya mendengarkan apa yang diinginkan khalayak tim pengelola akun @bolacomid melakukan beberapa tahapan agar dapat menciptakan komunikasi yang kuat. "Pertama, *tone* komen menjadi aspek dalam tahap *listening*, ketika sebuah postingan mendapatkan *tone* negatif maka konten tersebut akan dihindari." – admin media sosial @bolacomid. Dari pernyataan tersebut strategi ini digunakan untuk mengetahui apa yang khalayak butuhkan dan melibatkan khalayak dalam produksi konten selanjutnya. Ketika akun dapat mendengarkan apa yang penggemar katakan terkait konten yang dibagikan, maka mereka hubungan dua arah tersebut semakin kuat. Kedua, Bolacom selalu memanfaatkan momen dalam mengidentifikasi sebuah *trend*. Admin media sosial Bolacom menjelaskan "sebagai media jurnalis komunitas sepak bola penting bagi Bolacom untuk selalu menangkap momen dan segera mengunggahnya di media sosial." Pemanfaatan moment ini menjadi bentuk dari strategi pengelolaan konten Bolacom dalam pemenuhan informasi yang dibutuhkan khalayak. Dengan itu, akun @bolacomid dapat menghadirkan informasi secara cepat dan aktual.

Dalam bukunya, (Luttrell, 2019) menyebutkan bahwa strategi yang terencana disetiap konten yang diunggah dapat memperkuat identitas *brand*, meningkatkan keterlibatan khalayak dan membangun citra positif. Dalam hal tersebut, Bolacom berupaya untuk melakukan penjadwalan pada konten yang akan diunggah. Namun sebagai akun media penyedia informasi terkait sepak bola, penjadwalan konten hanya dapat dilakukan untuk konten *evergreen*. Dari hasil wawancara, admin media sosial @bolacomid menjelaskan bahwa konten *evergreen* merupakan konten *timeless* atau tidak termakan waktu sedangkan untuk konten *hot news* tidak bisa masuk ke dalam penjadwalan konten karena informasi yang didapatkan tidak dapat terprediksi. Apabila konten *hot news* tidak segera diunggah maka akan mengurangi interaksi yang terbangun. Dari hasil wawancara bersama admin media sosial Bolacom, konten *hot news* memiliki *prime time* sekitar "15-30 menit" sebelum akhirnya diunggah. Jika melewati waktu tersebut dapat dipastikan interaksi yang dihasilkan

tidak akan maksimal. Untuk menjaga interaksi Bolacom juga mengolah suatu momen dengan berbagai angel. Strategi ini digunakan @bolacomid agar dapat menyampaikan informasi secara cepat dan tepat.

Kemudian, untuk memaksimalkan penyebaran informasi diperlukan untuk memanfaatkan berbagai saluran pesan agar informasi yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak yang lebih luas. Dari hasil penelitian, akun @bolacom telah memanfaatkan berbagai saluran dalam upaya meningkatkan jangkauan akun dan penyebaran informasi. Strategi ini dikemas dalam strategi komunikasi PESO, dilansir dari indonesiapr.id PESO merupakan model untuk menggambarkan media komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Menurut Dietrich dalam (Luttrell, 2019), PESO merupakan strategi pendekatan terpadu, jika suatu merk sukses pada media lainnya maka merk tersebut akan sukses di media sosial.

Tahap pertama dalam strategi PESO adalah *Paid media* di mana akun @bolacom memerlukan aktivasi konten berbayar. Hasil penelitian ini akun @bolacomid menggunakan iklan berbayar atau *ads* untuk promosi *reels* atau unggahan *feeds* unggulan dalam masa *campaign* besar seperti piala dunia, *EURO*, *Liga Champions*, serta momentum nonton bareng TIMNAS. Tidak hanya itu, Bolacom juga membuka kesempatan kepada brand untuk turut berkolaborasi dalam acara yang diselenggarakan, misalnya pada acara Malamnya Bola. Dengan itu, adanya kolaborasi dengan *brand* mampu meningkatkan jangkauan akun Instagram @bolacomid. Tahap kedua adalah *earned* merupakan hasil konten dari orang lain secara sukarela. Pada tahapan *earned*, akun @bolacomid memanfaatkan akun media sosial di bawah naungan EMTEK untuk berkolaborasi dengan bolacom. Kolaborasi ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan akun dan interaksi khalayak. Selain itu, Bolacom juga menjalankan kolaborasi dengan akun fanbase untuk membagikan konten @bolacomid secara organik.

Tahap ketiga yaitu *shared* berisi konten yang dibagikan di akun media sosial. Pada tahap *Share* akun @bolacomid menggunakan *hashtag* yang relevan agar memudahkan khalayak menemukan konten-konten yang telah diunggah. Kemudian akun @bolacomid memproduksi konten yang mendorong khalayak untuk terlibat dalam interaksi melalui kolom komentar atau membagikan ulang. Strategi yang digunakan oleh akun @bolacom adalah dengan mengunggah konten *give away*, kuis berhadiah atau *games*. Konten ini merupakan konten ringan namun mendorong khalayak untuk memberikan komentar atau membagikan ulang konten tersebut. Tahap keempat adalah *owned*, konten *owned* merupakan konten dapat dikontrol secara pribadi oleh tim pengelola akun @bolacomid. Akun Instagram @bolacomid rutin untuk membagikan konten signature sebagai bentuk *owning content*. Konten signature yang dimiliki bolacom meliputi Bola Break, dan Bola Update. Konten Bola Break dan Bola Update sekaligus konten yang dapat meningkatkan kepercayaan khalayak terhadap akun Instagram @bolacomid. Dengan menggunakan strategi komunikasi PESO, akun Instagram @bolacomid telah memahami peluang yang terbentuk dari menggabungkan keunggulan dari berbagai media yang dimanfaatkan.

Selain menggunakan strategi komunikasi PESO dalam pemanfaatan saluran media, akun @bolacomid juga melibatkan seorang ahli atau KOL (*key opinion leader*) sebagai bentuk memperkuat isi pesan yang disampaikan. Pemilihan KOL menjadi faktor krusial, perlu memilih seorang KOL yang memiliki kredibilitas agar dapat membangun kepercayaan khalayak terhadap kredibilitas informasi (Gaspersz et al., 2024). Bolacom sendiri memilih KOL yang memiliki *niche* sesuai identitas akun, Pemilihan KOL harus diselaraskan antara karakter KOL dengan identitas akun. Dalam hal ini, tim pengelola akun @bolacomid melakukan kolaborasi dengan seseorang yang ahli dalam bidang tersebut mulai dari mantan pemain sepak bola hingga pelatih sepak bola. Melalui konten "Bola Break" bolacom menjalin kolaborasi dengan para ahli dibidang sepak bola untuk

bergabung dalam konten tersebut. Para KOL akan hadir dalam sesi bincang atau *podcast* untuk memberikan informasi berdasarkan pengalaman pribadi dan tentu relevan dengan khalayak. Dengan mengombinasikan seluruh strategi pada tahap *optimize*, akun @bolacomid dapat menghasilkan strategi pengelolaan yang kuat dan tetap relevan dengan kebutuhan informasi penggemar sepak bola.

Tahap ketiga adalah tahap ketiga adalah *manage*. Dalam pengelolaan konten media sosial hal yang tidak dapat terlewatkan adalah mendengarkan apa yang sedang dibicarakan dan mempelajari apa yang sedang terjadi. Kemampuan untuk mendengarkan dan memahami percakapan publik merupakan kunci untuk membangun kepercayaan yang berkelanjutan. Seperti yang dijelaskan dalam praktik manajemen *social media modern*, bahwa *social media listening tools* dapat digunakan untuk memantau dan mengukur secara langsung bagaimana percakapan yang terjadi pada media sosial.

Tim pengelola media sosial Bolacom menggunakan beberapa *tools* seperti *Meta Business Suite*, *Instagram Insight*, dan *metricool* sebagai alat untuk melakukan media *monitoring* yang bersifat komprehensif. *Tools* ini dapat mengumpulkan dan menyajikan data penting seperti *views*, *likes*, dan *comments* yang kemudian dianalisis dan dapat digunakan sebagai penentuan strategi komunikasi selanjutnya. Menurut (Kholida & Dulwahab, 2024), pelaksanaan media *monitoring* diperlukan pengumpulan data yang kemudian dimanfaatkan dalam merancang strategi komunikasi. Untuk mendukung proses evaluasi dan penentuan strategi, Bolacom melakukan *weekly Meeting*. Tim pengelola media sosial @bolacomid melakukan evaluasi konten yang telah dibagikan selama sepekan terakhir. Diskusi ini dilakukan ketika memasuki minggu baru atau sesi baru. Evaluasi mingguan dilakukan untuk pembagian *jobdesk* dengan tim lain. Kecepatan transformasi pada media sosial membuat diskusi sangat diperlukan untuk merancang berbagai strategi komunikasi. Dalam evaluasi ini, *matrics "insight"* digunakan untuk mengurasi jenis konten dan digunakan untuk penentuan konten utama dan eliminasi konten: - Admin media sosial Bolacom.

Berikutnya, hasil *monitoring* konten tidak hanya digunakan sebagai evaluasi kuantitatif namun turut digunakan untuk penyesuaian aspek-aspek kualitatif seperti menyesuaikan *tone*, diksi dan gaya visual agar lebih relevan dengan preferensi khalayak juga *matrics views, likes, interaction* menjadi kualifikasi apakah konten bisa dipertahankan atau tereliminasi. *Insight* dari *monitoring* juga dapat dijadikan sebagai acuan dalam produksi konten selanjutnya, hal ini dilakukan agar tetap mampu mempertahankan dan meningkatkan *engagement* atau *interaction* khalayak terhadap konten yang telah diunggah. Namun, pada suatu kasus ketika konten tidak berjalan dengan baik pada satu waktu tetapi pekan berikutnya masih berada pada momen relevan tersebut, maka Bolacom melakukan inovasi dengan menggunakan *pov* atau *angle* lain dalam penyajian agar Bolacom tetap dapat menyajikan informasi sesuai dengan kebutuhan para penggemar sepak bola. Hal ini cukup penting karena informasi dalam dunia sepak bola sangat dipengaruhi oleh momentum, dan dinamika terkini sehingga Bolacom telah sukses untuk memanfaatkan momentum tersebut dalam setiap kontennya. Dengan memahami secara mendalam apa yang sedang dibutuhkan dan apa yang disukai khalayak, Bolacom mampu membangun interaksi organik yang kuat dan berkelanjutan. Para penggemar sepak bola akan menaruh kepercayaan pada akun Bolacom. Hal ini menjadi salah satu faktor utama dalam mempertahankan loyalitas penggemar terhadap akun Bolacom sebagai penyedia informasi terpercaya.

Tahapan keempat pada konsep SOME adalah *engage*. Tahapan terakhir ini merupakan upaya untuk membangun keterlibatan dalam komunikasi dua arah. Membangun strategi keterlibatan khalayak bukanlah yang mudah untuk dilakukan, namun sangat bermanfaat untuk menjalin hubungan erat antara akun @bolacomid dengan penggemar sepak bola. Dalam upaya membangun hubungan erat tersebut, diperlukan

pemahaman '*where's the khalayak*' atau di mana khalayak akun @bolacomid. Tim pengelola akun harus memahami bagaimana karakteristik khalayak agar konten yang diunggah dapat selaras dan kebutuhan informasi para penggemar sepak bola terpenuhi. Dalam konteks ini, akun Instagram @bolacomid melakukan identifikasi karakteristik khalayak melalui analisis pola konsumsi konten dan juga melalui insight akun. "78% followers Bolacom laki laki usia 18-34, sangat aktif di jam pertandingan atau malam hari. Mereka suka konten yang cepat, ringan, *textual* dan relevan dengan pertandingan" - Social Media Manager bolacom. Dari hasil analisis tersebut, tim pengelola akun @bolacomid menggunakan strategi konten ringan untuk dapat menghadirkan interaksi dari penggemar sepak bola. Dalam hal ini, konten momentum akan lebih banyak menghasilkan interaksi secara organik. Selain itu, konten *games* yang menyediakan pilihan jawaban juga menjadi strategi tim pengelola akun untuk melibatkan khalayak dalam komunikasi dua arah.

Dalam upaya membangun keterlibatan khalayak, diperlukan respons cepat melalui komentar, *story reply*, maupun *mention*. Dari hasil penelitian, pada tahap *engage* tim pengelola akun @bolacom akan memilih untuk membalas komentar yang dapat menarik interaksi berkelanjutan dari para penggemar hal ini menjadi salah satu strategi bolacom dalam upaya menjaga keterlibatan khalayak dalam kolom komentar. Sebagai akun komunitas sepak bola yang telah memiliki jumlah pengikut yang cukup besar, tim pengelola perlu melakukan kurasi pada *section mention* di mana hanya akun-akun yang dipilih atau diprioritaskan yang akan mendapatkan *repost* dari akun @bolacom. Tidak hanya itu, kolom *reply* pada Instagram *story* juga tidak digunakan atau dimatikan, hal ini dilakukan untuk mengarahkan khalayak untuk melakukan "klik link" yang tertera di *story* tersebut dan kembali menciptakan interaksi di kolom komentar. Selain itu, untuk membangun keterlibatan khalayak akun Instagram @bolacomid juga membagikan konten *games* pada Instagram *story*. Konten ini termasuk dalam rangkaian *campaign* suatu pertandingan. Dengan membagikan *template* melalui Instagram *story* dan menambahkan fitur "*add yours*" memungkinkan untuk penggemar sepak bola *memposting* ulang *template* tersebut dengan mudah. Konten *template* juga termasuk ke dalam konten momentum di mana akun Instagram @bolacomid membagikan *template* tersebut sesuai dengan pertandingan yang akan digelar. Namun khusus pada konten *story* ini, tim pengelola akun @bolacomid memberikan kesempatan *repost story* hal ini dilakukan untuk menjalin hubungan dua arah dengan khalayak, maka keterlibatan dengan khalayak akan terjadi secara natural.

Circular of SOME merupakan model pengelolaan media sosial yang menekankan pada siklus berkelanjutan dalam membangun komunikasi dan keterlibatan khalayak. Keempat model, *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage* secara bersama-sama membantu pengelola media sosial untuk merancang strategi komunikasi yang dinamis dan adaptif terhadap perubahan situasi di *platform* digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan keempat tahapan secara konsisten mampu untuk meningkatkan efektivitas interaksi dan engagement di media sosial dengan cara yang terstruktur dan menyeluruh. Dari hasil penelitian, tim pengelola akun Instagram @bolacomid sebelumnya tidak mengetahui adanya konsep *circular of SOME*, namun pada implementasi tim pengelola akun Instagram @bolacom telah menggunakan konsep *Circular of SOME*. Berikut tahapan yang dilakukan Bolacom dalam mempraktikkan konsep *Circular of SOME* sebagai upaya pengelolaan akun Instagram @bolacomid.



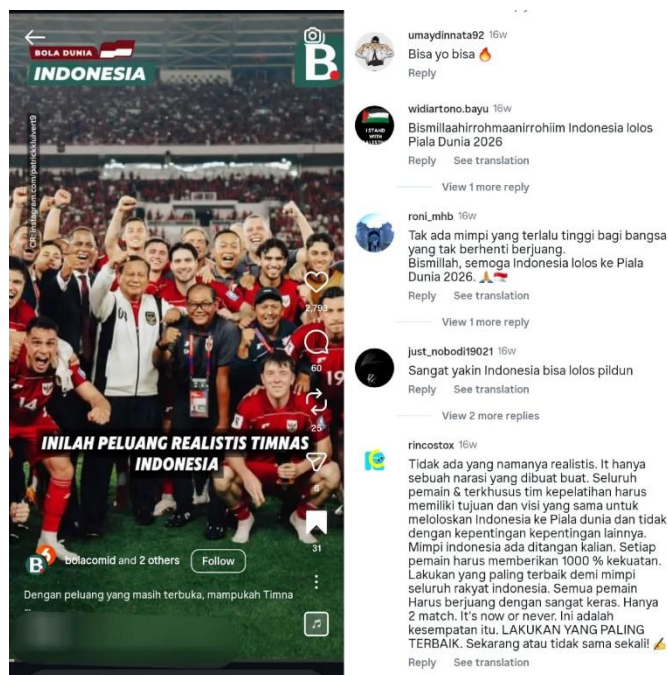
Gambar 3. Penggunaan konsep SOME dalam pengelolaan akun Instagram @bolacomid

Hasil temuan penelitian ini, selaras dengan hasil temuan (Pramudya et al., 2024) pada studi media sosial Polres Bogor, bahwa penerapan *circular of SOME* secara menyeluruh dapat membangun kedekatan dengan khalayak, meningkatkan engagement dan merancang komunikasi dengan khalayak.

Teknik *Storytelling* dalam Unggahan Konten @bolacomid

Dari hasil wawancara mendalam dan observasi dengan tim pengelola media sosial @bolacomid, ditemukan bahwa teknik *storytelling* digunakan secara konsisten dalam beberapa bentuk konten. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk menggugah emosi daripada para penggemar terhadap konten yang telah diunggah. Konten yang diunggah bersifat informatif yang dikemas dalam bentuk narasi santai dengan gaya bahasa khas penggemar sepak bola. Hal ini bertujuan agar konten yang disampaikan relevan dengan emosional khalayak. Tim pengelola media sosial @bolacomid menggunakan teknik *storytelling* dalam pada konten *reels*. Pemilihan jenis konten ini berdasarkan karakteristik khalayak yang telah disampaikan oleh *social media manager* @bolacomid dalam proses wawancara. Selain itu, teknik *storytelling* ini juga diterapkan dalam *caption* untuk menampilkan narasi kemenangan, perjuangan ataupun rivalitas.

Teknik *storytelling* pada konten *reels* @bolacomid biasanya berisi ulasan pertandingan yang akan terjadi maupun yang sudah terjadi. Konten ini dikemas dengan gaya komunikasi yang santai agar lebih dekat dengan para penggemar sepak bola. Dari hasil wawancara bersama *social media manager*, Bolacom aktif mengangkat isu, nostalgia dan budaya *fans* hal ini bertujuan untuk memberi ruang ekspresi kepada penggemar sepak bola Indonesia. Dengan adanya konten *reels* yang memadukan teknik *storytelling* membuat para penggemar mendapatkan ruang untuk mengungkapkan emosionalitas sebagai penggemar. Hasil ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aripradono, 2020) yang menunjukkan bahwa ide dan emosi dari konten *storytelling* dapat mendorong individu yang dalam hal ini merupakan penggemar sepak bola untuk melakukan aksi lanjutan berupa komentar opini terkait konten yang telah diunggah.



Gambar 4. Konten reels dengan memadukan teknik *storytelling*

Sumber: Akun Instagram @bolacomid

Pada gambar 4 terdapat salah satu contoh konten *reels* yang menggunakan teknik *storytelling* dalam penyampaian informasinya. Dari hasil wawancara bersama tim pengelola media sosial Bolacom, admin menjabarkan bahwa untuk membuat konten dengan teknik *storytelling* diperlukan beberapa tahap yang dilakukan. Pertama adalah pemilihan berita pada laman *website* resmi yang dikelola oleh Bolacom. Hal ini bertujuan untuk membagikan informasi yang berkualitas dan kredibel. Sebagai media informasi, penting untuk membagikan berita aktual agar tidak menyebarkan informasi salah yang dapat menurunkan kepercayaan khalayak terhadap citra akun. Kemudian, artikel tersebut diolah ke dalam bentuk narasi, dengan menggunakan bahasa khas penggemar sepak bola dan gaya yang *relatable* menjadi kunci agar kualitas konten yang diproduksi terasa lebih hidup dan memiliki karakter yang dengan penggemar sepak bola.

Konten yang memadukan teknik *storytelling* dalam gaya komunikasi dengan khalayak tidak hanya mengandalkan narasi yang membangun tetapi juga diperlukan penambahan visual seperti foto atau video. Dari hasil observasi terhadap konten yang telah diunggah, @bolacomid turut menambahkan visual yang sesuai seperti foto yang diunggah oleh para pemain dan cuplikan pertandingan serta didukung dengan tambahan pengisi suara membuat konten *storytelling* yang dihasilkan Bolacom berhasil dalam meningkatkan keterlibatan emosional. Keterlibatan ini juga didukung dengan tambahan CTA atau *call to action* yang berada pada akhir video. @bolacomid menggunakan strategi ini guna menarik interaksi lanjutan dari konten yang telah diunggah. Sejalan dengan pernyataan tersebut, pada gambar 4 tertera beberapa komentar yang diberikan oleh penggemar sepak bola sebagai bentuk aksi lanjutan dari keterlibatan emosional. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rismadewi et al., 2025) yang membahas tentang strategi *storytelling* yang diterapkan oleh akun Instagram Muslimar Milioner. Dalam penelitian tersebut dihasilkan bahwa *storytelling* terbukti efektif dibandingkan konten non-naratif untuk menghadirkan komentar panjang dan respons emosional.

Pada penelitian ini, strategi ini sesuai dengan konsep *The Circular of SOME* yang diterapkan oleh tim pengelola @bolacomid dalam pengelolaan konten. Pada tahap *share* (Luttrell, 2019) dalam bukunya menjelaskan bahwa dengan teknik *storytelling*, organisasi akan lebih mudah untuk terhubung dengan khalayak melalui keterlibatan ide dan keterlibatan emosional. Strategi ini digunakan oleh Bolacom untuk dapat terus terhubung dengan penggemar sepak bola Indonesia melalui gaya komunikasi naratif melalui teknik *storytelling*.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan akun Instagram @bolacomid sebagai penyedia informasi bagi penggemar sepak bola tidak hanya berfokus pada penyampaian isi pesan. Melalui tahapan konsep SOME, strategi pengelolaan menjadi lebih terencana dan terstruktur dalam praktik partisipasi aktif yang dilakukan akun @bolacomid dalam penyebaran informasi kepada penggemar sepak bola Indonesia. Seluruh tahapan dalam konsep *the circular of SOME* membantu tim pengelola media sosial @bolacomid dalam pengelolaannya. Konsep *circular of SOME* yang saling berkaitan dan terus berulang membuat pengelolaan konten @bolacomid lebih terstruktur.

Media sosial Instagram merupakan wadah untuk berinteraksi dan berekspresi dengan membagikan informasi. Karakteristiknya yang cenderung menonjolkan visual dimanfaatkan oleh @bolacomid untuk membagikan informasi melalui format *reels* dan *carousel* yang menjadi fokus konten utama mereka. Banyaknya penggemar sepak bola di Indonesia membuat @bolacomid perlu menggunakan strategi yang tepat dalam pengelolaan konten dan strategi komunikasi yang digunakan. Dalam hal ini, @bolacomid memanfaatkan konsep SOME sebagai tahapan dalam produksi konten dan menggunakan teknik *storytelling* dalam gaya komunikasi pada konten yang diunggah.

Sebagai media informasi seputar olahraga khususnya sepak bola, penting bagi Bolacom untuk bisa memanfaatkan basis penggemar yang sangat luas. Dengan memahami karakteristik penggemar, trend yang sedang berlangsung dan teknik penyampaian informasi yang tepat menjadi kunci untuk menjaga kepercayaan khalayak terhadap informasi yang dibagikan oleh @bolacomid. Dengan menggabungkan ide dan emosi yang dikemas dalam suatu konten akan mendorong penggemar untuk memberikan timbal balik yang sesuai dengan tahapan *engage* di mana hal ini merupakan upaya untuk menjaga hubungan pemilik akun media sosial dengan khalayak. Sebuah akun akan berhasil ketika mereka telah memahami manfaat dalam membangun hubungan yang tepat dengan khalayak mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan rasa hormat penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang mendukung dan berkontribusi dalam penelitian ini. Terutama kepada seluruh tim media sosial Bolacom terkhusus *social media manager* dan admin media sosial yang senantiasa membantu kelancaran penelitian ini. Juga kepada dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan yang berharga, orang tua dan seluruh rekan-rekan dan keluarga yang memberikan dukungan moral.

DAFTAR RUJUKAN

Ahmad, A., Naufal, A., Nugrahani, R. U., & Abdullah, N. N. (2023). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Penggemar Olahraga Oleh Akun @vidiosports*. 10(4), 3139–3147.

- Akhman, F. (2022). *Efektivitas Media Sosial Instagram @Instainhil Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Masyarakat Indragiri Hilir*. 33(1), 1–12.
- Amangeldiyeva, G. S., Toktagazin, M. B., Omarov, B. Z., Tapanova, S. S., & Nurtazina, R. A. (2020). *Storytelling in Media Communication : Media and Art Models*. 3163–3171.
- Aripradono, H. W. (2020). *Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram Instagram Social Media*. 9(November), 121–128. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>
- Aulia, M. (2023). *Analisis Pengelolaan Instagram Dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model SOME (Studi Kasus Instagram @universitasteknologisumbawa Periode Januari – Maret 2023)*. 2, 685–710. <https://doi.org/https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i3.1495>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Medan, Restu Printing Indonesia, Hal*. 57, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v2i1i1>.
- Gaspersz, R., Pelamonia, M., Izaak, D., Yoris, J., Ilmu, S., Fisip, K., Kristen, U., & Maluku, I. (2024). *Peran Influencer Media Sosial Dalam Membentuk Opini Publik: Systematic Literature Review Pada Studi Kasus Di Indonesia*. 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.38012/jb.v6i2.1437>
- Kholida, T. N., & Dulwahab, E. (2024). Kegiatan Media Monitoring pada Media Online Biro Administrasi Pimpinan. *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 9(1), 81–98. <https://doi.org/10.15575/reputation.v9i1.38847>
- Luttrell, R. (2019). *Social Media How to Engage, Share, and Connect* (E. Swaye & M. Manzano (eds.); third). Rowman & Littlefield.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Nicky, C. C., & Lestari, M. T. (2025). Pengelolaan Konten Media Sosial Akun Instagram @soekarnohattaairport Dalam Meningkatkan Customer Engagement. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 8(1), 74–89. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v8i1.4089>
- Nurudin. (2020). *Communication Technology and Stronger Community Alienation*. 459(Jcc), 184–185. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200818.042>
- Pramudya, D. A., Darsono, D., & Risdayah, E. (2024). Implementasi Cyber Public Relations Pada Media Sosial Instagram Polres Bogor. *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 7(3), 245–264. <https://doi.org/10.15575/reputation.v7i3.23586>
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). *Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya)*. 3(6), 1–23.
- Rahayu, R., & Rindrayani, S. R. (2025). Menguji Keabsahan Data Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP)*, 3(2), 341–345.
- Rismadewi, H., Irfan, M., & Umairah, F. (2025). *Strategi Storytelling Dalam Konten Muslimah Millionaire Untuk Meningkatkan Engagement Khalayak di Instagram Storytelling Strategies in Muslimah Millionaire Content to Increase Audience Engagement on Instagram*. November, 8419–8429.
- Romero-Jara, E., Solanellas, F., Munos, J., & Lopex-Carril, S. (2023). *Connecting with fans in the digital age: an exploratory and comparative analysis of social media management in top football clubs*. 1–12. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02357-8>
- Salsabilla, S. (2023). Pengaruh Headline *Carousel* Terhadap Minat Baca Berita Generasi Y Dan Z Pada Konten *Carousel* Instagram @LIPUTAN6. *Journal of Engineering Research*, 10(1), 35–45.
- Suyitno. (2020). Analisis Data Dalam Rancangan Penelitian Kualitatif. *Akademika*, 18(1), 49–57. <http://dx.doi.org/10.51881/jam.v18i1.188>
- Wahyuadji, H. O., & Wulandari, A. (2024). Peran Instagram @officialpersebaya dalam Membranding Pemain Sepak Bola Muda di Klub Persebaya Surabaya. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(4), 337–347. <https://doi.org/10.37826/digicom.v4i4.834>

PETUNJUK BAGI PENULIS

Ketentuan Umum

Tema dan ruang lingkup permasalahan artikel berhubungan dengan media, bahasa, dan komunikasi dalam arti kajian maupun pengalaman praktis.

Artikel didasarkan pada hasil penelitian, pengabdian masyarakat, atau pendidikan pada bidang media, bahasa, komunikasi baik berupa kajian maupun pengalaman praktik baik (*best practice*) yang setara dengan penelitian, dan belum pernah dipublikasikan di jurnal lain. Artikel ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang baik dan benar dengan jumlah halaman 12—20 halaman A4, margin normal (atas, bawah, kiri, kanan: 2 cm), spasi 1.5, ukuran 12, jenis font Arial dengan menggunakan Microsoft Word.

Setiap naskah yang masuk akan direviu oleh mitra bebestari (*reviewer*) yang memiliki kepakaran dalam bidangnya masing-masing dan selanjutnya dilakukan penyuntingan oleh dewan penyunting.

Artikel dikirim paling lambat 2 (dua) bulan sebelum bulan penerbitan (Januari, Mei, September) ke alamat: Redaksi Jurnal Mediasi d.a. Jurusan Penerbitan Politeknik Negeri Media Kreatif Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan 12560 Telp 021-78885557, surel: jurnalmediasi@polimedia.ac.id. Narahubung: +6281214641260 (Putri Surya Cempaka) atau +6285719296262 (Laelatul Pathia).

Artikel ilmiah akan dicek oleh dewan editor tingkat kemiripannya menggunakan aplikasi plagiarism checker. Batas toleransi tingkat kemiripan naskah artikel ilmiah maksimal 15%.

Kepastian pemuatan atau penolakan naskah akan diberitahukan secara tertulis melalui surel.

Sistematika Penulisan Artikel Hasil Penelitian

Judul, disusun maksimal 14 kata dalam tulisan bahasa Indonesia, 12 kata dalam tulisan bahasa Inggris.

Nama penulis, ditulis tanpa gelar akademik atau gelar kebangsawanan disertai lembaga afiliasi tempat penulis bekerja dan alamat yang dapat dihubungi, baik surel, alamat kantor, ataupun rumah serta mencantumkan No HP untuk memudahkan komunikasi dengan bagian redaksi (boleh dicantumkan di *body text email*).

Abstrak, ditulis dalam dua bahasa: Indonesia dan Inggris disusun dalam satu paragraf berisi latar belakang penelitian, tujuan, metode, dan hasil penelitian. Abstrak maksimal 150 kata dengan spasi 1.

Kata kunci, berupa kata-kata penting (kata kunci dalam tulisan, maksimal 5 kata).

Pendahuluan, berisi uraian tentang latar belakang, tujuan, dan manfaat. Pendahuluan ditulis tanpa subjudul, disusun maksimal 20% dari keseluruhan tulisan.

Tinjauan Pustaka, berisi rangkuman kajian teoretis. Tinjauan pustaka dapat diikuti subjudul yang berisi landasan teori atau kajian teoretis yang terkait, disusun maksimal 20% dari keseluruhan tulisan.

Metode, berisi rangkuman metodologi penelitian. Metode ditulis tanpa subjudul, disusun maksimal 10% dari keseluruhan tulisan.

Hasil dan Pembahasan, berisi uraian tentang hasil penelitian dan implikasi yang dihasilkan dari penelitian, disusun maksimal 40% dari keseluruhan tulisan.

Simpulan, disusun maksimal 10% dari keseluruhan tulisan.

Daftar Rujukan, menggunakan sumber buku dan jurnal maksimal 10 tahun terakhir.

Sistematika Penulisan Artikel Hasil Pemikiran (nonpenelitian)

Judul, disusun maksimal 14 kata dalam tulisan bahasa Indonesia 12 kata dalam tulisan bahasa Inggris.

Nama penulis, ditulis tanpa gelar akademik atau gelar kebangsawanan disertai lembaga afiliasi tempat penulis bekerja dan alamat yang dapat dihubungi, baik email, alamat kantor, ataupun rumah.

Abstrak, ditulis dalam dua bahasa: Indonesia dan Inggris disusun dalam satu paragraf berisi latar belakang penelitian, tujuan, metode, dan hasil penelitian. Abstrak maksimal 150 kata.

Kata kunci, berupa kata-kata penting (kata kunci dalam tulisan, maksimal 5 kata)

Pendahuluan, berisi uraian tentang latar belakang, masalah tujuan, dan manfaat, ditulis tanpa subjudul, disusun maksimal 20% dari keseluruhan tulisan.

Pembahasan, terdiri atas beberapa subjudul berisi tentang uraian masalah yang dibahas. Pembahasan ini merupakan inti dari artikel jurnal, disusun maksimal 70% dari keseluruhan tulisan.

Simpulan, disusun maksimal 10% dari keseluruhan tulisan.

Daftar Rujukan, menggunakan sumber buku dan jurnal maksimal 10 tahun terakhir.

FORMAT PENULISAN DAFTAR RUJUKAN

Daftar rujukan ditulis dengan tata cara *APA style* (*American Psychological Association*) seperti contoh berikut ini dan diurutkan secara alfabetis dan kronologis.

Buku

McQuail, Denis. (2010). *Mass Communication Theory 6th Edition*. New York: SAGE Publications.

Buku kumpulan artikel

Wibowo, W. (Ed.). (2013). *Kedaulatan Frekuensi*. Jakarta: Kompas.

Artikel dalam buku kumpulan artikel

Nesic, M. & Nesic, V. (2015). Neuroscience of Nonverbal Communication. Dalam Kostic, A. & Chadee, D (Eds.). *The Social Psychology of Nonverbal Communication*. (hlm 31-65). Palgrave Macmillan.

Jurnal terpublikasi

Carah, N. & Shaul, M. (2016). Brands and Instagram: Point, tap, swipe, glance. *Mobile Media & Communication*, 4(1), 69-84.

E-Journal dengan DOI

Cempaka, P. S. & Haryatmoko. J. (2018). Hyperreality Among Defense of the Ancients 2's Players. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, VII(3), 225-234. DOI <https://doi.org/10.7454/jki.v7i3.9678>

Artikel dalam jurnal atau majalah

Sudibyo, A. (2019). Pemilu, Media Sosial dan Kejahatan Elektoral. *Jurnal Dialog Kebijakan Publik*, 29: 11-29

Artikel dalam koran

Basyari, I. 19 Februari 2020. Pemikir Mobil Listrik. *Kompas*, hlm.16

Tulisan/berita dalam koran (tanpa nama pengarang)

Kompas, 19 Februari, 2020, *RUU Cipta Karya Terkait Pers di Pertanyakan*, hlm.10

Dokumen resmi

Komisi Penyiaran Indonesia. (2020). *Prosedur Perizinan Penyiaran*. Jakarta: Komisi Penyiaran Indonesia. *Peraturan Menteri No. 18 Tahun 2016 Persyaratan dan Tata Cara Perizinan Lembaga Penyiaran*. 2016. Jakarta.

Buku terjemahan

Devito, J. A. (1996). *Komunikasi Antar Manusia*. Terjemahan oleh Agus Maulana. (1997). Jakarta: Professional Books.

Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Laporan Penelitian

Chairani, T. (2014). *Distinction, Personal Branding, dan Instagram (Strategi Investasi Simbolik Syahrini)* [Tidak terpublikasi]. Universitas Indonesia.

Makalah seminar, lokakarya, penataran

Manoliu, M.M. (2007). *The animacy fallacy: Cognitive categories and noun classification*. Makalah disajikan dalam lokakarya terkait Indo-European Linguistics pada Konferensi Internasional, Montreal, 2007.

Dokumen Internet

Tambunan, Geofanny. (2017, May 11). *7 Fashion Influencer Indonesia. Harper's Bazaar Indonesia*. Harper's Bazaar Indonesia. http://www.harpersbazaar.co.id/articles/read/5/2017/3926/7-Fashion-Influencer-Indonesia#.WRRRAN08s_0.facebook

Podcast/Siniar

Hill, D. (Speaker). (2012, April 4). *Australian media representation of Asia* [Audio podcast]. In *Australia in Asia (FDN 110)*. Murdoch University. <https://lectures.murdoch.edu.au/lectopia/casterframe.lasso?fid=375705&cnt=true&usr=S940025F&name=not-indicated>

Media Sosial

Remotivi [@Remotivi]. (2020, Februari 10). *Beberapa jurnalis memilih untuk mendramatisir hasil liputan orang lain daripada bikin liputan sendiri* [Tweet]. <https://twitter.com/remotivi/status/1226715764222115840>

M E D I A S I

JURNAL KAJIAN DAN TERAPAN MEDIA, BAHASA, KOMUNIKASI

Vol. 7 No. 1 (2026): January

p-ISSN 2721-9046

e-ISSN 2721-0995

<https://ojs2.polimedia.ac.id>