

**PERSEPSI FOLLOWERS AKUN @REYBADAY MENGENAI CITRA DIRI
REY BADAY SEBAGAI INFLUENCER DI KOTA PONTIANAK**

Oleh:

RUSNI^{1*}

NIM. E1101151076

Bakran Suni², Dewi Utami²

* Email: rusni974@gmail.com

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh citra diri *influencer* pria dari Kota Pontianak bernama Rey Andrean Saputra dengan akun Instagram @reybaday. Rey adalah *influencer* pria yang terkadang menampilkan citra diri yang maskulin sekaligus feminin. Akun instagram @reybaday menunjukkan bahwa tidak semua laki-laki berpenampilan sesuai standar maskulin yang berlaku di masyarakat dan tidak semua kriteria feminin hanya bisa dimiliki perempuan. Namun persepsi masyarakat belum tentu sejalan dengan citra diri yang ditampilkan di Instagram Rey. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi *followers* Instagram @reybaday terhadap citra diri Rey Baday. Skripsi ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif, sementara Teori yang digunakan adalah Teori Persepsi (Mulyana, 2010) dan Teori Hubungan Parasosial Klimmt dkk (Charles dkk, 2011). Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi informan yang cenderung menilai Rey Baday seperti banci. Hal tersebut terjadi karena informan memaknai citra diri yang ditampilkan Rey Baday tampak feminin, karena informan melihat Rey menggunakan atribut yang memiliki asosiasi yang kuat dengan perempuan seperti pada *makeup*, *fashion*, dan isyarat tubuh. Sehingga, citra diri yang ditampilkan Rey Baday dipandang sebagai bentuk peniruan laki-laki terhadap gender feminin dan berada di luar konsepsi normal yang berlaku di masyarakat. Di sisi lain, informan memaknai citra diri tersebut merupakan bentuk dari totalitas sebagai *influencer* dan dapat menghibur penonton. Selanjutnya, semua informan sepakat beranggapan bahwa citra diri yang ditampilkan Rey Baday di Instagram merupakan sebuah media hiburan bagi *followers* dan media promosi bagi pengusaha *online shop*.

Kata Kunci: Instagram, *Influencer*, citra diri.

A. PENDAHULUAN

Instagram merupakan media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mengekspresikan diri sehingga masyarakat kerap menggunakannya sebagai peningkat popularitas dan eksistensi diri dengan memamerkan bakat dan keahlian kepada publik. Penggunaan Instagram juga menimbulkan fenomena tersendiri dikalangan penggunanya, mereka melahirkan adanya istilah *influencer* atau yang lebih dikenal selebgram yaitu *role model* atau *public figure* yang namanya dikenal masyarakat luas karena jumlah pengikutnya di media sosial. Salah satu hal yang paling mencolok untuk membedakan akun *Influencer* dengan akun biasa adalah *endorsement post*. Akun *Influencer* sering membuat postingan yang menampilkan produk-produk hasil dari produk yang mereka iklankan. Hal tersebut bisa dilakukan karena *Influencer* dianggap memiliki popularitas yang tinggi sehingga bisa mempengaruhi *followers*-nya.

Di Kota Pontianak sendiri fenomena *Influencer* ini juga terjadi,

masing-masing menciptakan eksistensinya di *platform* instagram dengan caranya masing-masing. Salah satu *influencer* yang terkenal di Kota Pontianak adalah Rey Baday akun instagramnya yaitu @reybaday. Akun ini adalah milik seorang laki-laki bernama Rey Andrian Saputra. Ia tinggal atau berasal dari Pontianak, Kalimantan Barat. Rey terbilang sukses dengan ciri khasnya yang unik, sebagai *Influencer* jenjang eksistensi Rey di dunia Instagram masih tergolong baru. Ia mulai sering berceletoh sejak November 2018 dan hingga kini ia telah memiliki 64,4 ribu *followers* di akun pribadinya.

Rey Baday memiliki gaya lain untuk menampilkan citra dirinya di sosial media. Yakni selalu mengenakan piyama setiap kali melakukan *endorse* dan beberapa konten video lucu. Dengan menggunakan piyama ia mengaku selalu mendapatkan inspirasi untuk berbicara lucu dan menarik. Tak hanya menggunakan piyama yang cenderung seperti piyama perempuan dengan aksesoris warna pink, bermotif bunga atau boneka,

Rey juga kerap kali di-endorse barang-barang wanita seperti *make up*, daster, hijab, dan lainnya. Hal tersebut diperkuat dengan bagaimana dirinya menunjukkan atau menggunakan barang wanita tersebut kepada khalayak dalam bentuk video *endorsement*.

Sikap Rey yang terkesan feminin juga yang membuat Rey berbeda dengan *influencer* lainnya. Contohnya, meskipun Rey berkomunikasi menggunakan bahasa melayu tulen, ia memilih untuk mengomel dengan nada tinggi, intonasi cepat, dan “*comel lantes*” seperti layaknya seorang perempuan, tak hanya itu Rey juga merubah bentuk bibirnya dengan cara *filler* bibir agar bibirnya terlihat lebih bervolume dan menimbulkan kesan seksi dan juga sering menggunakan *eyelash extension* untuk mempercantik dirinya, isyarat tubuhnya pun mendukung sikap tersebut sehingga membuat Rey dikenal dengan sebutan “Mak Baday” dan “Kak Rey” di Instagram.

Fenomena ini tentu bertentangan dengan norma yang

ada di masyarakat, dimana gambaran seorang laki-laki seharusnya tidak seperti yang ditampilkan oleh Rey, Rey menampilkan dirinya dengan tampilan yang kemayu dan lebih cenderung mengarah ke perempuan sehingga menimbulkan polemik tersendiri. Seorang laki-laki juga sewajarnya memiliki wibawa dan menonjolkan sisi maskulin. Tapi hal ini tidak terlalu tampak pada Rey Baday, Ia lebih sering menampilkan dirinya dengan sisi feminin sekaligus maskulin. Apalagi dengan ditambahnya status Rey Baday sebagai seorang figur publik di Kota Pontianak dia menjadi panutan bagi penggemarnya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis persepsi *followers* akun @reybaday, peneliti memakai teori persepsi dari Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2010, 181-182). Persepsi merupakan proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilih dan dipilih,

kemudian diatur dan kemudian diinterpretasikan (Prasetijo, 2005: 67).

Ketiga tahap persepsi (sensasi, atensi, dan interpretasi. Atau seleksi, organisasi, dan interpretasi) tidak dapat dibedakan secara tegas, kapan satu tahap berakhir dan kapan tahap berikutnya dimulai. Dalam banyak kasus ketiga tahap tersebut berlangsung nyaris serempak. Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap dan indra pendengar), atensi dan interpretasi. (Mulyana, 2010: 181-182).Komponen dari teori persepsi ini digunakan untuk mengetahui bagaimana persepsi *followers* akun @reybaday mengenai citra diri Rey Baday sebagai *influencer* di Kota Pontianak. Dalam teori persepsi terdapat tiga komponen, yakni:

1. Sensasi

Penginderaan dapat ditangkap melalui alat-alat indra kita antara lain: 1) Mata sebagai indra penglihatan dalam menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk kemudian diinterpretasikan. Otak menerima

kira-kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual sehingga dapat dikatakan penglihatan sebagai indra yang paling utama. 2) Telinga sebagai indra pendengaran juga dalam menyampaikan pesan nonverbal dari otak untuk kemudian ditafsirkan dan suara ini dapat diterima dari semua arah. 3) Hidung sebagai indra penciuman. 4) Kulit sebagai indra peraba. 5) Lidah sebagai indra pengecap maupun perasa.

2. Atensi

Dalam proses persepsi, atensi sangat tidak terhindarkan sebab sebelum seseorang memberi respon atau menafsirkan kejadian ataupun rangsangan apapun, orang tersebut terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Dalam hal ini rangsangan yang menarik perhatian seseorang akan dianggap lebih penting oleh orang tersebut, dari pada rangsangan yang tidak menarik perhatiannya.

3. Interpretasi

Interpretasi sebuah pesan yang diperoleh seseorang melalui salah satu atau lebih indera orang tersebut merupakan tahap terpenting dalam proses persepsi. Namun tidak semua pesan atau rangsangan yang ditangkap oleh indera seseorang akan diinterpretasikan semuanya oleh orang tersebut, karena berbagai alasan antara lain: tidak sesuai dengan kepentingannya, keterbatasan kemampuan panca indera dalam menangkap rangsangan yang terlampau banyak dalam satu waktu yang sama.

Setelah mengetahui persepsi *followers* akun @reybaday, selanjutnya peneliti menggunakan teori hubungan parasosial untuk menganalisis hasil penelitian. Teori hubungan parasosial mengambil sudut pandang yang lebih luas terhadap tokoh-tokoh di media dan menyinggung isu keterlibatan jangka panjang dengan tokoh yang mempengaruhi pemilihan menu hiburan manusia, pengalaman menikmati hiburan, dan efek

hiburan. (Klimmt dkk dalam Berger dkk, 2011: 504).

Menurut Klimmt dkk dalam Berger dkk, (2011: 504) terdapat tiga implikasi di teori hubungan parasosial yaitu : 1) Implikasi pertama dari riset ini merujuk pada pemilihan menu hiburan. Bila pengguna media memiliki hubungan parasosial positif yang kuat dengan tokoh yang ditampilkan dalam suatu hiburan, ia mungkin akan lebih memilih pesan tersebut karena hubungan parasosial. 2) Menonton pesan-pesan yang menampilkan tokoh yang memiliki hubungan parasosial kuat dengan pengguna, akan membentuk kualitas dan intensitas penikmatan (*enjoyment*). 3) Hubungan parasosial juga dapat memengaruhi efek *pasca exposure* hiburan media.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan data penelitian yang ada dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini

difokuskan pada persepsi *followers* akun @reybaday mengenai citra diri Rey Baday sebagai *influencer* di Kota Pontianak. Subjek dalam penelitian skripsi ini adalah *followers* akun @reybaday dan pembisnis *online shop* yang menggunakan jasa Rey Baday untuk mempromosikan produknya.

Keabsahan data dalam penelitian menggunakan triangulasi. Penelitian ini menggunakan dua macam triangulasi, yang pertama triangulasi teknik atau metode pengumpulan data yang berasal dari Wawancara, observasi, dan dokumen. Peneliti akan melakukan triangulasi teknik dari observasi terhadap akun @reybaday, kemudian melakukan wawancara mendalam dengan informan yang cocok dengan penelitian ini, dan dokumentasi berupa *capturing* dari akun Instagram @reybaday. Kedua, triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Triangulasi sumber pada penelitian ini akan dicapai dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan narasumber.

Jika kedua data bersifat sama dan saling mendukung maka data dianggap absah dan digunakan sebagai data primer. Namun data yang tidak dianggap absah masih akan tetap disimpan dan digunakan sebagai pendukung jika diperlukan.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah memaparkan hasil wawancara dari penelitian terkait persepsi *followers* mengenai citra diri yang di tampilkan Rey Baday di Instagram. Maka dapat diambil kesimpulan terkait komponen yang mempengaruhi proses terbentuknya persepsi melalui 3 tahapan yakni sensasi, atensi, dan interpretasi. Menurut hasil penelitian terlihat bahwa informan memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai sosok *influencer* @reybaday. Persepsi *followers* terhadap Rey Baday dapat diperoleh setelah informan mengikuti akun @reybaday kurang lebih satu tahun dan sering melihat *instagram stories* @reybaday.

Dalam tahap sensasi melalui pengindraan, Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak

lewat penglihatan, pendengaran sentuhan, penciuman dan pengecapan. Segala macam rangsangan yang diterima kemudian dikirimkan ke otak. Dalam hal ini pesan yang dimaksud adalah postingan Rey Baday baik berupa unggahan *feed* dan *Instagram stories* yang kemudian para pengguna media terima lewat penglihatan dan dikirimkan ke otak. Setelah otak menerima pesan kemudian dihasilkan persepsi atau yang sering disebut kesan pertama terhadap pesan yang diterima. Kesan pertama yang diterima oleh Rey Baday beragam. Namun jika dilihat dari hasil wawancara sebagian narasumber memberikan kesan negatif kepada Rey Baday, semua narasumber beranggapan bahwa sensasi yang tampak ketika melihat Rey Baday adalah ia tampak seperti banci atau bencong dilihat dari isyarat tubuh yang feminin atau bahasa tubuh yang gemulai, serta intonasi suara yang kemayu.

Selanjutnya tahap atensi, Atensi tidak terelakkan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan

kejadian atau rangsangan apa pun, kita harus terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi termasuk orang lain dan juga diri sendiri.

Pada tahap ini pengguna media akan memperhatikan banyak hal dari sosok Rey Baday mulai dari cara berpakaian, cara berbicara, tindakan yang ditunjukkan dan lain-lain. Hal ini untuk memperkuat persepsi yang mulai terbentuk di otak para *followers*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi perhatian atau atensi dari *followers* terhadap Rey Baday adalah Rey dinilai mampu menghibur *followersnya* dengan ciri khasnya yang lucu, heboh, ceria, serta kontennya yang menarik dan menghibur.

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indera kita. Namun kita tidak bisa menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung, melainkan

menginterpretasikan makna yang kita percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Dapat dikatakan, persepsi yang telah *followers* akun @reybaday olah melalui ketiga tahapan ini pada akhirnya bukanlah gambaran tentang Rey Baday yang sebenarnya, namun merupakan gambaran Rey Baday yang telah diputuskan oleh pengguna media sendiri di dalam otaknya tentang bagaimana sosok Rey Baday. interpretasi dari informan yang mengatakan bahwa Rey Baday adalah sosok *influencer* yang totalitas, citra diri yang dibentuk Rey Baday sehingga tampak feminin itulah yang membuat Rey Baday di nilai totalitas dalam menjalani suatu pekerjaan dengan tujuan agar *followers*nya terhibur.

Selanjutnya peneliti akan membahas hasil penelitian menggunakan teori hubungan parasosial. Hubungan parasosial mengambil sudut pandang yang

lebih luas terhadap tokoh-tokoh di media dan menyinggung isu keterlibatan jangka panjang dengan tokoh yang mempengaruhi pemilihan menu hiburan manusia., pengalaman menikmati hiburan, dan efek hiburan. Hubungan parasosial muncul melalui interaksi parasosial, yaitu interaksi yang dilakukan oleh penonton media atau penggemar dengan tokoh media atau selebriti yang ditampilkan di media. Hubungan parasosial terus ada dalam kehidupan sehari-hari mulai dari mengkonsumsi tayangan yang menyertakan selebriti tersebut.

Menurut penjabaran diatas ditemukan bahwa informan menilai Rey Baday adalah sosok yang menghibur dan dekat dengan pengikutnya pada akun media sosial instagramnya. Persepsi informan tersebut dapat diperoleh setelah keterlibatan jangka panjang antara Rey Baday dan *followers*-nya yang telah mengikuti akun@reybaday dalam kurun waktu kurang lebih satu tahun. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti keenam informan merupakan *followers* lama yang telah mengikut

akun @reybaday dalam kurun waktu 1-2 tahun, beberapa pengikut telah mengikuti sejak awal mula Rey viral di dunia instagram.

Informasi yang diperoleh dalam penggambaran ini sangat penting untuk menjawab pokok masalah dalam penelitian ini. Informasi ini juga diharapkan untuk memeriksa penemuan di lapangan dan spekulasi yang diidentifikasi dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti membedah wawasan tentang kesan terhadap citra diri pemilik akun instagram @reybaday. Dari data hasil penelitian yang telah terkumpul, peneliti mendapatkan respon yang tidak terduga. Dengan citra diri yang ditampilkan oleh Rey Baday di akun instagramnya, *followers* Rey Baday tidak menunjukkan respon negatif seperti menghujat, merundung atau bereaksi negatif, namun justru memberikan respon positif. Kefemininan pemilik akun instagram @reybaday tidak serta merta mempengaruhi *followers*-nya untuk memberi *feedback* negatif kepada dirinya. Justru sebagian besar *followers* @reybaday

menunjukkan ketertarikan positif dan rasa kagum terhadap sosok Rey Baday.

Seperti yang terjadi pada Rey Baday, Tak langsung mendapat banyak penggemar dan *followers*, Rey juga melalui tahapan menerima banyak respon negatif dari pengguna media yang biasa disebut "*haters*". Dari hasil wawancara beberapa narasumber yang telah dijelaskan sebelumnya, alasan mereka sebagai *followers* Rey memberikan respon negatif untuk pertama kalinya adalah karena citra diri yang ditampilkan Rey yang tidak seharusnya, Rey cenderung berperilaku layaknya seperti perempuan. Hal itulah yang membuat banyak *followers* Rey untuk pertama kalinya mendapat kesan dan memberikan respon negatif terhadap Rey. Selain perilaku, cara bicara Rey juga terkesan seperti seorang perempuan, karena hal itu pengguna media sosial yang baru mengetahui akun @reybaday dan belum mengikuti menunjukkan respon negatif seperti kaget, mencemooh akan kefemininan bahkan terheran-heran

akan eksistensi sosok Rey yang feminin ternyata ada di kota tempat mereka tinggal yaitu di Kota Pontianak.

Namun, karena sisi humoris dan ceria yang dimiliki Rey, beberapa pengguna media yang baru dan belum mengikuti Rey pada akhirnya memutuskan mengikuti akun instagram @reybaday. Karena unggahan yang diposting di *instagram stories* @reybaday dapat mengubah emosi para pengguna media yang buruk menjadi lebih baik, sisi humoris dan ceria yang dimiliki Rey mengundang banyak pengguna media untuk mengikuti akun @reybaday. Pada akhirnya *followers* akan “melupakan” sisi kefemininan Rey dan beralih menjadikan akun Rey sebagai tempat penghiburan mereka.

Lebih lanjut keterkaitan persepsi *followers* terhadap citra diri *influencer* Rey Baday dengan Teori Hubungan Parasosial akan dijelaskan melalui tiga implikasi hubungan parasosial dibawah ini:

1. Pemilihan Menu Hiburan

Implikasi pertama dari teori hubungan parasosial yaitu

pemilihan menu hiburan. Pemilihan menu hiburan merujuk pada pengguna media yang memiliki hubungan parasosial positif dan negatif. Jika terdapat hubungan parasosial yang positif antara pengguna media dan tokoh media ia mungkin akan memilih pesan tersebut karena hubungan parasosial.

Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa *followers* akun @reybaday memiliki hubungan parasosial positif yang kuat karena mereka senang mengikuti setiap unggahan *instagram stories* dan foto maupun video yang di unggah oleh Rey Baday. Jika dilihat dari beberapa informan terdapat adanya hubungan parasosial positif antara *followers* dan Rey Baday, seperti halnya Indah, Dini, dan Adam yang menganggap *instagram stories* @reybaday adalah pilihan hiburan mereka sehingga tiap kali mereka membuka instagram pasti akan selalu melihat *instagram stories* Rey Baday, dikarenakan terlalu intens melihat kegiatan sehari-hari Rey membuat *instagram stories* @reybaday selalu tampak paling

depan di beranda instagram informan.

Pada implikasi pertama ini, pengguna media yang memiliki hubungan parasosial positif yang kuat dengan tokoh, ia mungkin akan lebih memilih pesan tersebut. Banyak pengguna media sosial yang akan cenderung bisa menangkap pesan atau makna positif dari suatu unggahan *instagram stories* atau *feed* instagram dari tokoh yang disukai atau dianggap sebagai *role mode*. Minimal tokoh tersebut tidak memberikan kesan negatif terhadap pengguna media sosial. Dengan begitu, pengguna media akan mudah menangkap dan menerima pesan-pesan positif yang sedang tokoh coba berikan melalui konten *instagram stories* di instagramnya. Terlepas bagaimana citra diri dari tokoh tersebut, pesan-pesan yang akan disampaikan tetap sampai dan diterima dengan baik oleh para pengikutnya.

Dalam hal ini kefemininan Rey Baday tidak mempengaruhi kesan positif para *followers*-nya terhadapnya. Para *followers* Rey Baday rata-rata menunjukkan rasa

kekaguman, empati dan merasa termotivasi akan kepribadian maupun hal-hal positif yang coba Rey Baday tunjukkan dalam kesehariannya melalui unggahan *instagram stories*-nya.

Hubungan parasosial terbentuk melalui interaksi parasosial yang terus menerus. Seorang penggemar yang mengikuti akun seorang selebriti yang diidolaknya akan selalu mendapatkan informasi mengenai kegiatan selebriti tersebut sehingga ia dapat memiliki kedekatan emosional dengan idolanya.

Bentuk hubungan parasosial tidak selalu positif, terdapat hubungan parasosial negatif yang berupa perasaan antipati, benci dan muak yang ditujukan kepada selebriti tertentu. Hal inilah yang kini banyak ditemukan di media sosial, banyak individu-individu yang menjadi pembenci atau "*haters*" selebriti tertentu. Berbeda dengan Rey Baday justru lebih banyak penggemar daripada *haters*. karena Rey telah berhasil membangun interaksi parasosial

yang positif dengan para *followers*-nya.

Keberhasilan Rey disebabkan oleh kepercayaan dirinya untuk tetap menjadi dirinya sendiri, bersifat hangat, humoris dan cerianya yang membuat banyak pengguna media tetap konsisten untuk mengikuti kegiatan sehari-harinya di akun instagramnya. Namun perlu diketahui, Rey juga pada awalnya mendapat respon negatif atas citra diri yang ditampilkannya sebagai seorang laki-laki yang feminin.

Hal ini memperlihatkan bahwa perubahan sikap yang ditunjukkan melalui akun media sosial kadang tidak mempengaruhi perasaan dan sikap penggemar. Mereka akan tetap menyenangkan atau membenci idola tertentu terlepas dari berbagai citra yang ditampilkan pada media sosial milik selebriti tersebut. Salah satu hal yang menarik adalah melalui hubungan parasosial yang dibentuk melalui media sosial ini dapat membentuk opini, citra maupun karakter seorang selebriti di mata pengikutnya.

2. Pengalaman Menikmati Hiburan

Implikasi kedua dari teori hubungan parasosial yaitu pengalaman menikmati hiburan. Pengalaman menikmati hiburan merujuk pada menonton pesan-pesan yang menampilkan tokoh yang memiliki hubungan parasosial yang kuat dengan pengguna, sehingga akan membentuk kualitas dan intensitas penikmatan (*enjoyment*).

Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa pengikut Rey Baday memiliki kekaguman mendalam karena mereka menilai Rey Baday memberi mereka inspirasi yang berani tampil apa adanya dan percaya diri. Kualitas hiburan yang dibentuk oleh akun instagram Rey adalah akun pribadi ke arah hiburan. Hal ini dikarenakan sosok Rey yang unik, lucu dan ceria sehingga membawa kesan akun hiburan pada Instagram @reybaday. Kualitas Unggahan Rey yang diposting tiap harinya selalu berhasil memberikan pesan dan kesan positif kepada *followers*-nya. Isi konten yang ditampilkan

memberikan dampak emosional sebagai *healing*, *mood* dan tak jarang banyak *followers* merasa termotivasi akan kepercayaan diri dan sisi apa adanya yang selalu dimunculkan Rey. Sehingga hal tersebut membuat Intensitas tontonan pada akun instagram @reybaday semakin meningkat. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan peningkatan penonton *instagram stories* Rey Baday yang meningkat ribuan orang hanya dalam kurun waktu 6 bulan.

Citra diri yang cenderung negatif yang melekat dalam diri Rey merupakan satu dari kekurangannya, namun Rey menutupinya dengan banyak kelebihan yang Rey miliki. Jika kebanyakan *influencer* lainnya berbondong-bondong menampilkan yang terbaik untuk menarik *followers*, berbeda dengan Rey yang menunjukkan sosok Rey yang apa adanya. Hal tersebut membuat *followers* secara alami menyukai Rey.

3. Efek PascaExposure

Implikasi ketiga dari teori hubungan parasosial yaitu efek pasca *exposure* hiburan media. Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa dengan *exposure* yang dimiliki oleh Rey Baday mencuri perhatian *online shop* untuk menggunakan jasa promosi dengan akun instagram @reybaday.

Dampak persuasif dari sebuah media mungkin akan lebih besar jika pengguna media dan tokoh memiliki hubungan parasosial positif yang kuat. Demikian juga, apabila media tidak mampu memberikan hubungan parasosial antara tokoh dengan pengguna media maka akan menimbulkan dampak negatif yang lebih kuat.

Hubungan parasosial positif yang berhasil terbentuk di akun Instagram @reybaday memberikan dampak positif bagi para owner *online shop* maupun pemilik jasa tertarik untuk memilih *endorsement* di akun @reybaday. Selain karena pembawaan Rey di hadapan publik yang banyak mengundang pengguna media tetap konsisten menonton unggahan *instagram stories*-nya,

karena Rey juga menjadi salah satu *influencer* yang professional dalam mempromosikan produk *endorse* yang menjadi tanggung jawabnya.

Dengan demikian dampak positif dari *endorsement* baik kepada para pemilik *online shop* maupun *followers* Rey merupakan hasil dari hubungan parasosial positif yang tercipta di akun instagram @reybaday. Sebagai akun hiburan, akun instagram Rey telah berhasil membangun karakter pribadinya dengan ciri khasnya yang membuat *followers*-nya tetap konsisten mengikuti kontennya setiap hari dan bahkan bertambah. Karena sisi positif dirinya menutupi citra feminin yang tergambar, sehingga banyak orang yang cenderung menerima pesan positif dan mendapat hiburan dari Rey. Respon positif pada akhirnya membentuk hubungan parasosial positif sehingga memberikan *exposure* pasca hiburan yang positif semakin lebih kuat.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya mengenai persepsi *followers* @reybaday mengenai citra diri Rey Baday sebagai *Influencer*, peneliti membaginya sesuai dengan Teori Persepsi dan Teori Hubungan Parasosial maka dapat di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Teori Persepsi

Hasil penelitian memberikan simpulan bahwa citra diri yang ditampilkan oleh Rey Baday di akun instagram miliknya menuai berbagai macam persepsi yang positif dan negatif. Persepsi yang timbul terdapat dari berbagai tahapan, tahapan yang pertama yaitu tahap sensasi, pada tahap ini informan menilai sosok Rey Baday menggunakan indra penglihatan dan indra pendengaran. Namun, ada beberapa penilaian yang dianggap kurang baik pada tahapan sensasi yaitu semua informan menilai Rey Baday tampak seperti banci, hal ini dilihat dari penampilan yang terkadang berubah dari maskulin

menjadi feminin, penggunaan pakaian dan aksesoris wanita, penggunaan *extension* bulu mata dan *soflens*, senang berdandan, gesture atau bahasa tubuh yang gemulai. Selanjutnya persepsi terbentuk pada tahap atensi, peneliti berfokus pada apa yang menjadi perhatian para informan untuk mengikuti akun @reybaday.

Terlihat persepsi informan yang beragam, beberapa informan mengatakan yang menjadi atensi atau perhatian mereka untuk mengikuti dan menyukai akun @reybaday adalah karena Rey Baday di nilai mampu menghibur *followers*-nya dengan ciri khas yang lucu, ceria, heboh, memiliki banyak *followers*, dan juga kontennya yang menarik dan menghibur. Terdapat persepsi yang positif pada tahapan atensi ini, para informan menilai Rey dari sisi hiburan dan dinilai dapat menghibur *followers* dengan ciri khas yang dimilikinya.

Kemudian yang terakhir adalah tahap interpretasi, pada

tahap ini informan mengatakan bahwa Rey Baday adalah sosok *influencer* yang totalitas, *influencer* yang profesional dalam pembawaan karakter, dan *influencer* yang feminin. Pada tahapan interpretasi ini terdapat persepsi yang positif maupun negatif, walaupun ia dinilai sebagai sosok *influencer* yang feminin tetapi informan mengatakan bahwa citra diri yang dibentuk Rey Baday sehingga tampak feminin itulah yang membuat Rey Baday dinilai total dalam menjalani suatu pekerjaan dengan tujuan agar *followers*-nya terhibur.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, selanjutnya peneliti akan membahas hasil penelitian menggunakan teori hubungan parasosial, hubungan parasosial menyinggung isu keterlibatan jangka panjang dengan tokoh idola yang mempengaruhi pemilihan menu hiburan, pengalaman menikmati hiburan dan efek pasca *exposure*.

Hasil analisis membuktikan bahwa persepsi informan tersebut

dapat diperoleh setelah keterlibatan jangka panjang antara Rey Baday dan *followers*-nya yang telah mengikuti akun @reybaday dalam kurun waktu kurang lebih satu tahun. Implikasi pertama pada teori hubungan parasosial yaitu pemilihan menu hiburan, pada implikasi ini diketahui bahwa *followers* akun @reybaday memiliki hubungan parasosial positif yang kuat antara *followers* dan tokoh idola.

Hal ini dilihat dari beberapa informan yang menganggap bahwa *instagram stories* @reybaday adalah pilihan menu hiburan mereka sehingga tiap kali mereka membuka instagram pasti akan selalu melihat *instagram stories* @reybaday. Selanjutnya implikasi kedua yaitu pengalaman menikmati hiburan, kualitas hiburan yang dibentuk oleh akun @reybaday adalah akun pribadi ke arah hiburan. Hal ini dikarenakan sosok Rey yang unik, lucu, dan ceria sehingga membawa kesan akun hiburan pada akun

@reybaday. Isi konten yang ditampilkan memberikan dampak emosional sebagai *healing*, *mood*, dan tak jarang banyak *followers* merasa termotivasi akan kepercayaan diri dan sisi apa adanya yang selalu ditampilkan oleh Rey. Sehingga hal tersebut membuat intensitas tontonan pada akun @reybaday semakin meningkat, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan peningkatan penonton *instagram stories* @reybaday yang meningkat dari 16 ribu – 19 ribu penonton dalam kurun waktu 6 bulan. Kemudian implikasi ketiga yaitu efek pasca *exposure*, ditemukan bahwa dengan *exposure* yang dimiliki oleh Rey Baday mencuri perhatian *online shop* untuk menggunakan jasa promosi dari akun @reybaday. Hasil *endorsement* yang dikerjakan oleh Rey Baday dinilai berhasil memberikan *impact* positif terhadap *online shop* tersebut.

2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan, antara lain:

1. *Influencer* itu sendiri merupakan manusia biasa sama seperti orang lain, hanya saja yang membedakannya dengan yang lain ialah kepopulerannya saja. Kerap kali kita menilai citra diri seseorang hanya dari penampilan fisik dan awal perkenalan seharusnya kita sebagai manusia jangan terlalu mudah untuk menilai seseorang karena apa yang kita lihat saja, karena belum tentu apa yang kita lihat sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya. Mari kita saling menghargai satu sama lain dan berhenti untuk saling memberikan pandangan negatif terhadap orang lain.
2. *Influencer* disarankan terus meningkatkan kualitas isi konten di akun Instagram pribadinya tak hanya konten hiburan, bisa ditambahkan dengan konten yang mendidik ataupun konten sosial yang mengajak masyarakat untuk

berbuat kebaikan terhadap sesama.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:PT. Rineka Cipta.
- Baron, Robert. A dan Byrne, Donn. 2004. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Berger, Charles R, dkk. 2014. *Handbook Ilmu Komunikasi*: Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Brown Duncan & Hayes, Nick. 2008. *Influencer Marketing, Who really influences your customers*. UK Elsevier Ltd.
- Brown, Danny & Fiorella, Sam. 2013. *Influence Marketing- How to create, manage, and measure brand influencers in social media marketing*, Que Publishing.
- Burns, R.B. 1993. *Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Jakarta: Arcan.

- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Elvinaro Ardianto dan Soleh Soemirat. 2012. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Jubilec Enterprise. 2012. *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler Philip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kriyanto, Rachmat. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Mappiare A.T, Andi. 2010. *Pengantar Konseling dan Psikoterapi, Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mayfield, Antony. 2008. *What is social media?*. London: Icrossing.
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.
- Rahkmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*.

- Bandung: PT. Remaja
Rosdakarya.
- Royan , Frans. M. 2005. *Marketing
Celebrities. Jilid I*. Jakarta:
PT Elex Media
Komputindo.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode
Penelitian Public
Relations dan Komunikasi*.
Jakarta: Rajawali Pers.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode
Penelitian Sosial*.
Bandung. Refika Aditama.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif dan
Kombinas (Mixed
Methods)*. Bandung:
Penerbit Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2010.
*Metode Penelitian
Pendidikan*. Bandung:
Remaja Rosdakarya.
- Yustinus, Semiun. 2006. *Kesehatan
Mental I Pandangan
Umum Mengenai
Penyesuaian Diri dan
Kesehatan Mental Serta
Teori-teori yang Terkait*.
Yogyakarta: Penerbit
Kanisius.