

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memainkan peran penting dalam perkembangan komunikasi di era digital saat ini. Media massa dapat membantu masyarakat berkomunikasi. Media massa adalah alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.¹ R. Rivers mengklasifikasikan media massa menjadi tiga kategori, yaitu media cetak, media elektronik, dan media *online*. Kategori terakhir merupakan media dalam jaringan, yaitu internet atau media siber, seperti situs berita dan portal berita.² Media massa yang cukup populer di masyarakat Indonesia saat ini adalah media sosial.

Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat McLuhan, yang menyatakan bahwa karena masyarakat sangat bergantung pada teknologi, yang man teknologi media telah membawa revolusi dalam masyarakat. Tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan kemampuan masyarakat untuk menggunakan teknologi.³ Dengan demikian, tidak mengherankan jika

¹ Fatma Laili Khoirun Nida, 'Persuasi dalam Media Komunikasi Massa', *At-Tabsyir, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 2 No. 2 (2014), 89.

² Rina Ade Saputri, Laras Ayu Pratiwi, dan Erina Setianingrum, 'Peran Media Massa dalam Mempengaruhi Public Trust di Masyarakat', *PANDITA : Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 5.1 (2023), 14, doi:10.61332/ijpa.v5i1.37.

³ Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, Edisi Pertama (PRENAMEDIA GROUP, 2018), 486.

pengguna media sosial di Indonesia memiliki kemampuan untuk mencapai 191,4 juta pada tahun 2024.⁴ Tingginya angka pengguna media sosial ini menjadikan orang yang tidak memiliki media sosial akan dianggap sebagai orang yang gapteknologi (gagap teknologi).

Perkembangan teknologi digital membuat segala informasi dapat menyebar dengan sangat cepat, bahkan dalam beberapa detik. Informasi yang dulu hanya bisa diperoleh dengan bertatap muka secara langsung, kini dapat diperoleh hanya dengan menggunakan *smartphone*. Untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka, masyarakat tidak lagi perlu meluangkan waktu untuk membeli surat kabar atau menonton televisi.

Banyak penelitian yang menegaskan bahwa media yang dikonsumsi masyarakat saat ini sangat memengaruhi perilaku mereka.⁵ Tak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, kini media berkembang menjadi pembentuk opini publik yang memengaruhi cara pandang masyarakat dalam berbagai kasus sosial. Bahkan, kini media bisa memengaruhi emosi serta perilaku individu.

Media memiliki kekuatan besar dalam menentukan topik yang dianggap penting oleh masyarakat. Melalui media sosial, media sering kali menjadi rujukan utama bagi publik untuk memahami kasus-kasus sosial, termasuk permasalahan yang terkait dengan hubungan, pernikahan, dan kehidupan pribadi, seperti kehidupan pribadi selebgram yang kerap menjadi sorotan

⁴ The Global Statistics, 'Indonesia Social Media Statistics 2024', 2024 <<https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-social-media-statistics/>> [diakses pada 3 Desember 2024].

⁵ Fatma Laili Khoirun Nida, 'Persuasi dalam Media Komunikasi Massa', 90.

utama media. Selebgram adalah sebutan untuk orang yang terkenal di media sosial Instagram. Selebgram, menurut Dika, *Head of Creator Network*, adalah seseorang yang terkenal di Instagram dengan minimal 10.000 akun *followers*.⁶

Gambar 1. 1 Media Sosial yang Populer di Indonesia

TOP SOCIAL NETWORK PLATFORMS IN INDONESIA	PERCENTAGE	ACTIVE USERS (IN MILLION)
Instagram	84.80%	173.59
Facebook	81.30%	166.42
TikTok	63.10%	129.17
Twitter	58.30%	119.34
Pinterest	36.70%	75.12
Kuaishou	35.70%	73.08
LinkedIn	29.40%	60.18
Discord	17.60%	36.03
Likee	14.20%	29.07

Sumber: *The Global Statistics*

Instagram menjadi platform media sosial yang paling populer di Indonesia, seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.1, yakni 173,59 juta pengguna.⁷ Tidak mengherankan jika muncul banyak orang yang berprofesi sebagai selebgram di Indonesia. Biasanya selebgram menggunakan Instagram sebagai media untuk mempromosikan suatu produk atau merek (*brand*). Selebgram terkadang dijadikan sebagai panutan oleh *followers*-nya dalam berbagai aspek kehidupan. Ekspektasi *followers* kepada selebgram membuat orang-orang seperti mereka memiliki tuntutan untuk selalu menjadi contoh yang baik bagi masyarakat. Instagram, dengan sifatnya yang cepat viral, kasus

⁶ Tiara Mita, 'Strategi Selebgram dalam Membangun Personal Branding Melalui Pengelolaan Akun Instagram', *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4.2 (2022), 131, doi:10.24076/pikma.v4i2.594.

⁷ Statistics, *Indonesia Social Media Statistics 2024*.

yang melibatkan *public figure* seperti selebgram dapat menyebar luas dan menjadi perhatian banyak orang. Salah satu kasus yang menjadi sorotan adalah perselingkuhan, yang memunculkan berbagai reaksi dari audiens.

Perselingkuhan adalah hubungan asmara seseorang yang telah menikah dengan seseorang yang tidak memiliki hubungan resmi.⁸ Survei yang dilakukan oleh aplikasi *Just Dating* menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara kedua di Asia dengan jumlah kasus perselingkuhan tertinggi.⁹ Posisi pertama diduduki oleh Thailand, dengan 50% responden yang mengaku telah melakukan perselingkuhan kepada pasangannya. Sedangkan di Indonesia, sebanyak 40% responden telah berselingkuh dari pasangannya masing-masing.

Meskipun ada beberapa faktor yang menyebabkan perselingkuhan, kegiatan berselingkuh dianggap sebagai hal yang tidak lazim dan menyimpang dari norma masyarakat. Dalam Islam, perselingkuhan merupakan bentuk pengkhianatan terhadap amanah yang diemban dalam sebuah hubungan. Perselingkuhan merupakan salah satu perwujudan dari perilaku mendekati zina, yang secara tegas dilarang dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra': 32:¹⁰

وَلَا تَقْرَبُوا الزَّوْجَ إِتْمَانًا فَاجْتَنَنَّهُ وَبِئْسَ سَبِيلًا ﴿٣٢﴾

⁸ Dwi Prasetyo Wahyuningtyas dan Aulia Rahmawati, 'Analisis Framing Objektifikasi Perempuan pada Pemberitaan Kasus Perselingkuhan di Portal Berita Indozone.id dan Tribunnews.com Periode Februari hingga Maret 2021', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2023, 19.

⁹ Siti Adisya Kirana, 'Indonesia Menduduki Negara Ke-2 Kasus Perselingkuhan Terbanyak', 2023 <<https://www.tabloidbintang.com/gaya-hidup/183276-indonesia-menduduki-negara-ke-2-kasus-perselingkuhan-terbanyak>> [diakses pada 24 November 2024].

¹⁰ Al-Qur'an, 8: 58; 17: 32.

Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati zina; sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji dan suatu jalan yang buruk.” (QS. Al-Isra’: 32)

Semua orang memiliki potensi yang sama untuk melakukan perselingkuhan. Namun berdasarkan studi dalam *Current Opinion in Psychology* mencatat, 57% pria dan 54% wanita mengatakan bahwa mereka pernah berselingkuh.¹¹ Meski hasilnya hampir sama tingginya, bisa dikatakan pria masih lebih berpotensi untuk melakukan perselingkuhan dibandingkan dengan wanita.

Menurut “*Perselingkuhan: Ngeselin yang Jadi Trending Topik*”, survei yang dilakukan Jakpat dan Cabaca terhadap 209 orang, 60,29% dari mereka tertarik dengan cerita, film, atau drama tentang perselingkuhan.¹² Oleh karena itu, jika terjadi kasus perselingkuhan, hal itu akan menarik bagi masyarakat untuk berbicara saat berkumpul, terutama jika perselingkuhan terjadi di selebgram. Selebgram memiliki daya tarik yang besar di mata publik, terutama *followers*-nya karena mereka dianggap sebagai simbol kesuksesan atau teladan dalam berbagai aspek kehidupan. Ketika mereka terlibat dalam kasus perselingkuhan, berita tersebut tidak hanya menyebar dengan cepat, tetapi juga menjadi bahan diskusi di berbagai *platform* media sosial.

¹¹ Rizal Fadli, ‘Fakta Pria Lebih Berpotensi Selingkuh Dibandingkan Wanita’, 2022 <<https://www.halodoc.com/artikel/fakta-pria-lebih-berpotensi-selingkuh-dibandingkan-wanita?srsId=AfmBOorLkZpLKXBSbnE6tdp7nqrT0pbvjh6vEs-AIKX7IQ3O96YR3FpX>> [diakses pada 23 November 2024].

¹² Vania Rossa, ‘Hasil Survei: Lebih Dari 60% Orang Indonesia Tertarik pada Drama Bertema Perselingkuhan’, 2022 <<https://www.suara.com/lifestyle/2022/02/24/161802/hasil-survei-lebih-dari-60-orang-indonesia-tertarik-pada-drama-bertema-perselingkuhan>> [diakses pada 24 November 2024].

Baru-baru ini media mengangkat kasus perselingkuhan Bimo Aryo Tejo, suami Selebgram Siti Septi Ariyanti (Instagram @arie_rieyanthie). Bimo Aryo Tejo dikabarkan telah melakukan perselingkuhan dengan Maela Asila, perempuan asal Cilegon, Suralaya. Ironisnya, dia melakukan perselingkuhan saat Siti Septi Ariyanti sedang menjalankan ibadah umrah. Kabar ini bermula dari postingan Instagram Siti Septi Ariyanti pada tanggal 2 November 2024 lalu. Dalam postingan tersebut, ia mengunggah *screenshot* rekaman video Bimo Aryo Tejo dan Maela Asila saat berada di kamar, rekaman *cctv*, dan *room chat* mereka. Dalam *room chat* tersebut ternyata Maela Asila sudah mengetahui bahwa Bimo Aryo Tejo sudah menikah dan memiliki anak, namun ia tetap menjalin hubungan dan bahkan berdoa agar mereka disatukan oleh Allah SWT. Bukti-bukti ini didapat dari Anka, anak pertamanya yang berusia 14 tahun.¹³ Anka adalah orang pertama yang mengetahui bahwa Bimo Aryo Tejo berselingkuh. Dia menemukan *chat* Bimo Aryo Tejo dan Maela Asila, kemudian menyimpannya hingga Siti Septi Ariyanti pulang umrah.

Postingan yang Siti Septi Ariyanti unggah pada akun Instagramnya itu menimbulkan ribuan, bahkan ratus ribuan komentar. Para pengguna Instagram yang melihat postingan tersebut turut menyuarakan pendapat mereka di kolom komentar. Ada yang mendukung Siti Septi Ariyanti dengan memberikan

¹³ Komaruddin Bagja, 'Siapa Siti Septi Ariyanti? Selebgram Yang Diselingkuhi Suami Saat Pergi Umrah', *Siapa Siti Septi Ariyanti? Selebgram Yang Diselingkuhi Suami Saat Pergi Umrah*, 2024 <

semangat dan ada juga yang mencaci Bimo Aryo Tejo beserta selingkuhannya karena telah melakukan tindakan yang tidak terpuji saat istrinya sedang umrah. Selain itu ada juga yang bertanya alasan Siti Septi Ariyanti umrah sendirian tanpa suaminya, Bimo Aryo Tejo. Dia pun menjawab pertanyaan tersebut di postingan Instagramnya pada 3 November 2024 lalu. Dia menjelaskan bahwa dia sudah mengajak suaminya untuk ikut umrah namun selalu ditolak. Dia juga menjelaskan bahwa keluarga mereka sebelumnya sangat harmonis. Bahkan, Siti Septi Ariyanti merasa bahwa ia selalu diperlakukan seperti ratu oleh Bimo Aryo Tejo. Namun naas, perlakuan romantisnya itu ternyata hanya untuk menutupi perselingkuhannya.

Gambar 1.2 Salah Satu Unggahan Siti Septi Ariyanti di Instagram pada 3 November 2024

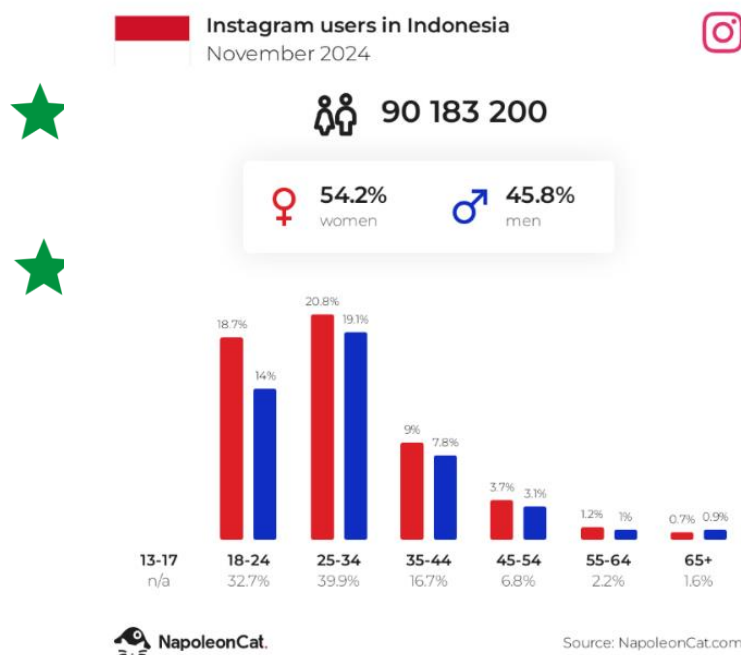


Sumber: Instagram @arie-rieyanthie

Perkembangan teknologi membuat berita ini menyebar sangat cepat, apalagi sosok Siti Septi Ariyanti adalah seorang selebgram yang memiliki 558 ribu *followers* pada 11 Januari 2025. Unggahan berita semacam ini tidak hanya

memengaruhi pelaku dan korban perselingkuhan, tetapi juga dapat memengaruhi kondisi emosional *followers*-nya. Selain berdampak pada *followers*, berita ini juga bisa berdampak kepada *non followers*, karena postingan tersebut memiliki potensi untuk muncul di pencarian para pengguna Instagram. Orang-orang yang mendapatkan informasi dari postingan tersebut (audiens) akhirnya turut mengutarakan pendapat dan berdiskusi dalam kolom komentar. Tak jarang juga ada orang yang mengutarakan pendapatnya melalui sebuah video, yang dapat menjadikan kasus ini tersebar lebih luas lagi.

Gambar 1. 3 Pengguna Instagram di Indonesia pada November 2024



Sumber: NapoleonCat.com

Berdasarkan data pada gambar 1.3, pengguna Instagram paling banyak di Indonesia pada November 2024 diduduki oleh perempuan.¹⁴ Hal ini berarti perempuan memiliki potensi yang lebih besar dibandingkan laki-laki terkait dampak dari kasus ini (karena perempuan lebih banyak mengonsumsi suatu postingan di Instagram). Ditambah lagi, pelaku perselingkuhan dalam kasus ini adalah laki-laki. Ketakutan akan perselingkuhan, hilangnya kepercayaan, hingga kecemasan terhadap stabilitas suatu hubungan menjadi dampak nyata yang berpotensi dialami oleh perempuan yang mengetahui kasus ini. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti mengangkat judul, “Pengaruh Intensitas Konsumsi Postingan terhadap Tingkat Kecemasan Perempuan akan Perselingkuhan (Studi pada Postingan Kasus Perselingkuhan Suami Selebgram Siti Septi Ariyanti di Instagram).”

B. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, peneliti mengambil rumusan masalah, “Bagaimana pengaruh intensitas konsumsi postingan kasus perselingkuhan selebgram terhadap tingkat kecemasan perempuan akan perselingkuhan?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas konsumsi postingan kasus

¹⁴ NapoleonCat.com, ‘Social Media Users in Indonesia the Last Month 2024’ <<https://napoleontcat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2024/>> [diakses pada 2 Desember 2024].

perselingkuhan selebgram terhadap tingkat kecemasan perempuan akan perselingkuhan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan pemikiran dalam rangka memperkaya pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai efek media terhadap psikologi individu.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat, terutama perempuan, untuk lebih kritis dan bijak dalam mengonsumsi informasi dari media. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi pembuat postingan di media sosial, khususnya selebgram untuk lebih bijak dalam mempublikasikan isu sensitif agar tidak menimbulkan efek negatif pada audiens.

**UNIVERSITAS
KH. ABDUL CHALIM**