

FENOMENA GAYA HIDUP SELEBGRAM

(STUDI FENOMENOLOGI SELEBGRAM AWKARIN)

Silvi Mefita, Much Yulianto
Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405
Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Media sosial Instagram dijadikan sebagai media utama bagi khalayak sebagai sumber pemenuhan informasi. Pada Instagram, terdapat Selebgram Awkarin yang dianggap sebagai sosok yang sensasional. Konten yang terdapat pada media sosial Instagram Awkarin sering menimbulkan pro dan kontra diantara khalayak luas. Konten yang sering menjadi viral menciptakan fenomena pada kehidupan khalayak. Seperti pemberitaan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin yang tersebar luas pada portal-portal berita dan media sosial yang berhasil menarik perhatian khalayak. Hal ini membuat khalayak menciptakan berbagai macam pemaknaan yang didasari latar belakang sosial, budaya dan pengalaman subjektif masing-masing khalayak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeksripsikan pengalaman individu mengkonsumsi akun media sosial Instagram selebgram Awkarin. Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan melakukan wawancara mendalam kepada 5 responden yang telah memenuhi kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima informan merupakan pengguna aktif media sosial Instagram dan mengetahui segala konten dan pemberitaan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin.

Kata Kunci : Studi Fenomenologi, Fenomena Gaya Hidup Selebgram.

ABSTRACT

Instagram comes as a social media that offers a variety of features and facilities that are different from another *Instagram social media is used as the main media for audiences as a source of information fulfillment. On Instagram, there is Selebgram Awkarin which is considered a sensational figure. Content contained on social media Awkarin's Instagram often raises pros and cons among a wide audience. Content that often becomes viral creates phenomena in the lives of audiences. Like the news of the Awkarin's lifestyle phenomenon, which is widely spread on news portals and social media, has attracted the attention of the public. This makes the audience create various kinds of meaning based on the social, cultural and subjective experiences of each audience. This study aims to describe the individual experiences of consuming Instagram social media accounts like Awkarin. This type of research is descriptive qualitative which aims to understand and explain the phenomenon of what is experienced by the research subject. This study uses a phenomenology approach by conducting in-depth interviews with 5 respondents who have met certain criteria. The results showed that the five informants were active users of Instagram's social media and knew all the content and news about Awkarin's lifestyle phenomena.*

Keywords: *Phenomenology Study, Selebgram's Lifestyle Phenomenon.*

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi di era globalisasi sangat berkembang pesat di dalam kehidupan masyarakat. Seperti media yang terus berkembang yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Media dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Pengguna media bertambah setiap harinya karena media tidak hanya menyebarkan suatu informasi saja, namun juga dapat digunakan sebagai sarana hiburan dan berkomunikasi. Dalam kehidupan masyarakat modern saat ini, manusia tidak dapat dilepaskan lagi dari penggunaan media sosial. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi (Nasrullah dalam Gumilar, 2015:79). Adapun ciri-ciri dari sosial media berikut ini :

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang, namun bisa ke berbagai orang. Contohnya pesan melalui SMS ataupun Internet.
2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu gatekeeper.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan dengan media lain.
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi (Nova, 2014:214).

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang mengalami perkembangannya pesat dan memiliki peminat yang banyak khususnya remaja. Namun, terkadang Instagram memberi dampak positif dan negatif terhadap gaya hidup seseorang. Disisi lain, Instagram terkenal dengan Selebgram. Terkait fenomena Selebgram, apa sih Selebgram itu? Selebgram adalah singkatan dari Selebriti Instagram. Julukan Selebgram biasanya diberikan kepada akun pribadi seseorang yang terkenal di Instagram yang memiliki banyak penggemar atau *followers* dikarenakan foto atau video yang di upload menarik dan disukai oleh banyak orang. Terkadang foto atau video yang di upload pun sering menjadi viral dan banyak diperbincangkan oleh Netizen.

Salah satu contoh Selebgram yang akhir-akhir ini banyak diperbincangkan adalah Karin Novilda. Karin Novilda memiliki username Instagram dengan nama Awkarin yang merupakan singkatan dari Awkward Karin. Awkarin memiliki *followers* yang sangat banyak yaitu sekitar 3,6 Juta *followers*. Awkarin sangat aktif di media sosial Instagram dengan memposting foto, video ataupun snapgram setiap harinya yang bertujuan

menceritakan segala kegiatannya kepada *followers*nya. Postingannya pun selalu menjadi viral karena gaya hidupnya yang dinilai sangat hedonis, dianggap berlebihan, terlalu vulgar dan selalu mencari sensasi. Hedonisme membuat seseorang hanya mau melakukan hal yang enak-enak dan meninggalkan hal-hal yang susah, walaupun sedikit. Hedonisme membuat seseorang ingin selalu berfoya-foya pada saat memiliki uang, tetapi merasa tidak punya nilai apa-apa ketika tidak punya uang (Zarkasyi, 2013:95).

Swastha (dalam Putri, 2009) mengatakan bahwa karakteristik dari individu yang memiliki gaya hidup hedonis adalah:

- a. Suka mencari perhatian
- b. Cenderung impulsif
- c. Cenderung follower (ikut-ikutan)
- d. Kurang rasional
- e. Mudah dipengaruhi.

Syafaati (2008), mengatakan faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis ada dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor internal yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu. Faktor-faktor tersebut meliputi mudah terpengaruh, dan mengalami emosi negatif.

b. Faktor eksternal yaitu faktor-faktor yang berasal dari luar diri individu. Faktor-faktor tersebut meliputi adanya pengaruh teman atau pacar, perhatian yang kurang dari orangtua, memiliki kemampuan finansial dan fasilitas penunjang.

Namun, yang membuat heran ialah ketika Awkarin dijadikan 'panutan' bagi *followers*nya. Para *followers* berlomba-lomba untuk mengikuti gaya hidup Awkarin mulai dari merokok, tattoan, mabuk-mabukan hingga memposting foto-foto vulgar yang mengandung unsur pornografi dengan memakai pakaian sangat minim. Sangat disayangkan apabila para *followers* Awkarin merasa bangga apabila mereka dapat meniru gaya hidupnya Awkarin padahal sudah jelas bahwa Awkarin hanya memberikan dampak negatif kepada *followers*nya. Fenomena gaya hidup Awkarin kemudian menjadi bahan pembicaraan yang serius, baik di media massa maupun di setiap kehidupan masyarakat. Hal tersebut dinilai sangat memberi perubahan dan dampak negatif kepada para *followers*nya khususnya pada anak-anak remaja. Fenomena ini menciptakan berbagai

macam pemaknaan dari pada *followers* maupun bukan *followers*.

PARADIGMA

Pada penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma interpretif. Paradigma interpretif didefinisikan sebagai seperangkat kepercayaan dasar yang memandu tindakan dan perasaan tentang dunia dan bagaimana cara memahami dan mengkajinya. Paradigma interpretif berasumsi pada makna dan pengalaman subjektif dan bertujuan untuk menjelaskan bagaimana objek dan pengalaman menciptakan makna dan dikomunikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Paradigma interpretif tidak digunakan untuk membicarakan tentang nilai kebenaran suatu fenomena, melainkan memahami dan menggambarkan tindakan sosial yang bermakna serta memahami tindakan aktor sosial yang terlibat didalamnya (Moleong, 2007:52).

Penelitian ini juga memiliki tradisi fenomenologis yang berasumsi bahwa setiap orang menginterpretasikan pengalaman-pengalaman secara langsung (Littlejohn dan Foss, 2009:57). Sedangkan menurut Husserl, fenomenologi diartikan sebagai studi tentang kesadaran dan perspektif pokok dari seseorang.

Fenomenologi berkonsentrasi pada pengalaman pribadi ataupun individu –individu yang saling memberikan pengalaman satu sama lainnya. Komunikasi di pandang sebagai proses berbagi pengalaman. Hubungan baik antar individu mendapat kedudukan yang tinggi dalam tradisi ini. Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif, yakni tindakan menuju pemaknaan.

Fenomenologi merupakan anggapan umum dan menunjuk pada pengalaman subjektifitas sebagai jenis dan tipe subjek yang ditemui. Fenomenologi merupakan pandangan berpikir yang menekankan fokus kepada pengalaman subjektif manusia dan interpretasinya terhadap dunia (Moleong, 2007:15). Adapun tiga prinsip dasar fenomenologi menurut Stanley Deetz, yaitu:

1. Pengetahuan ditemukan secara langsung dalam pengalaman sadar kita akan mengetahui dunia ketika kita berhubungan dengannya
2. Makna benda terdiri atas kekuatan benda dalam kehidupan seseorang, bagaimana kita berhubungan dengan benda menentukan maknanya bagi kita
3. Bahasa merupakan kendaraan makna, kita mengalami dunia melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan mengekspresikan dunia (Littlejohn dan Foss, 2009:57).

TEORI KONSTRUKSI SOSIAL

Penelitian ini menggunakan teori Kontruksi Sosial. Menurut Berger dan Luckman (dalam Bungin, 2001:6) konstruksi sosial adalah pembentukan pengetahuan yang diperoleh dari hasil penemuan sosial. Realitas sosial menurut keduanya terbentuk secara sosial dan sosiologi merupakan ilmu pengetahuan (*sociology of knowlodge*) untuk menganalisa bagaimana proses terjadinya. Dalam hal ini pemahaman “realitas” dan “pengetahuan” dipisahkan. Mereka mengakui realitas objektif, dengan membatasi realitas sebagai “kualitas” yang berkaitan dengan fenomena yang kita anggap berada diluar kemauan kita sebab fenomena tersebut tidak bisa ditiadakan. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa fenomena adalah riil adanya dan memiliki karakteristik yang khusus dalam kehidupan kita sehari-hari. Teori fenomenologi digunakan untuk mendeskripsikan (memaparkan) apa adanya suatu peristiwa yang terjadi tanpa merubah takta yang sebenarnya. Teori ini menuntun si pengamat untuk melakukan pengamatan secara langsung pada peristiwa yang terjadi dan selajutnya memaparkan sesuai realitas yang sebenarnya.

METODA PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain dengan cara mendeskripsikan ke dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6).

Penelitian fenomena gaya hidup selebgram Awkarin pada kalangan remaja ini mengambil lokasi di kota Semarang. Penentuan lokasi penelitian yaitu di SMA Kota Semarang. Hal ini didasarkan atas beberapa pertimbangan antara lain karena peneliti bertempat tinggal di kota

Semarang, maka dari itu peneliti akan mudah menjangkau lokasi tersebut.

Subyek penelitian fenomena gaya hidup selebgram Awkarin adalah para *followers* akun media sosial Instagram Selebgram Awkarin. Alasannya adalah untuk mengetahui bagaimana pemaknaan para *followers* akun media sosial Instagram Selebgram Awkarin mengenai pemberitaan fenomena gaya hidup Selebgram Awkarin.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer merupakan data utama yang diperoleh langsung dari lapangan berupa hasil wawancara mendalam (*indepth-interview*) kepada subyek penelitian. Sedangkan Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari luar subjek penelitian atau secara tidak langsung dari sumbernya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*indepth-interview*) dan studi pustaka.

Pada penelitian Fenomena Gaya Hidup Selebgram Awkarin, peneliti menggunakan analisis data fenomenologi menurut Stevick-Colaizzi-Keen (Kuswarno, 2009:70) : a) Deskripsi lengkap peristiwa/fenomena yang dialami langsung oleh informan. b) Dari pernyataan-pernyataan verbal informan, kemudian : Menelaah setiap pernyataan verbal yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, Merekam atau mencatat pernyataan yang relevan tersebut, Pernyataan-pernyataan yang telah dicatat kemudian daftarnya (invariant horizons/unit makna fenomena), Mengelompokkan setiap unit makna ke dalam tema-tema tertentu, Membuat sintesis dari unit-unit makna dan tema (deskripsi tekstural), termasuk pernyataan verbal yang menjadi inti unit makna, Dengan mempertahankan refleksi penjelasan struktural diri sendiri melalui variasi imajinasi, peneliti membuat konstruk deskripsi struktural, Menggabungkan deskripsi tekstural dan struktural untuk menentukan makna dan esensi dari fenomena. c) Lakukan tahap pada bagian (b) pada setiap informan. Membuat penjelasan menyeluruh dari setiap makna dan esensi fenomena yang didapat.

HASIL PENELITIAN

Dari hasil wawancara seluruh informan, terbukti bahwa mengkonsumsi media sosial internet dan lingkungan sosial mempengaruhi informan dalam mengetahui fenomena gaya hidup selebgram Awkarin. Fenomena gaya hidup selebgram Awkarin sudah terjadi mulai tahun 2016 hingga sekarang. Perkembangan internet sangat mempengaruhi perkembangan informasi mengenai fenomena gaya hidup selebgram Awkarin. Media sosial yang digunakan oleh selebgram Awkarin

adalah Instagram.

Dalam deskripsi tekstural dijabarkan gabungan dari masing-masing pengalaman informan yang unik. Dalam penelitian ini, mengkonsumsi media sosial Instagram berpengaruh pada pengetahuan informan dalam memahami fenomena gaya hidup selebgram Awkarin. Kemudian lingkungan sosial dan pergaulan juga berpengaruh pada pengetahuan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin.

Seluruh informan memiliki kebiasaan mengakses internet untuk membuka media sosial Instagram dan memiliki pengaruh dari pergaulan masing-masing. Pengetahuan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin ditunjang oleh kemampuan dan pengalaman informan dalam mengakses dan mengetahui akun media sosial Instagram selebgram Awkarin. Bagaimana informan mengetahui konten apa saja yang diposting oleh Selebgram Awkarin, serta mengetahui gaya hidup selebgram Awkarin.

Hampir seluruh informan memiliki pandangan yang sama dalam mengartikan gaya hidup. Menurutnya gaya hidup adalah sikap atau pun perilaku yang dimiliki oleh setiap individu, yang diterapkan dalam menjalani kehidupan sehari-hari, yang dijadikan sebagai komitmen ataupun ciri khas pada setiap individu. Selain mengartikan gaya hidup, seluruh informan juga mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Setelah mengetahui semua fenomena gaya hidup selebgram Awkarin, seluruh informan memiliki resepsi masing-masing terhadap fenomena gaya hidup selebgram Awkarin. Namun, sebelum memberikan resepsi, seluruh informan menjelaskan tentang pengetahuannya mengenai pemberitaan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin. Hasilnya, hampir dari seluruh informan mengetahui pemberitaan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin dari sumber yang sama, yaitu dari media sosial dan portal berita lainnya.

Seluruh informan mengetahui pemberitaan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin. Pemberitaan tersebut mulai dari anak kecil hingga remaja yang meniru gaya hidupnya yang dianggap melebihi batas seperti ngerokok, memakai tattoo, menggunakan pakaian yang sangat vulgar, hingga ngeposting cara berpacaran yang senonoh. Setelah mengetahui pemberitaan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin, seluruh informan memberikan resepsi. Resepsi yang diberikan hampir sama semua, yaitu informan merasa sedih, kaget, miris, dan prihatin ketika mengetahui pemberitaan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin.

PEMBAHASAN

Sintesis

Setelah mengumpulkan dan mengetahui deskripsi tekstural dan deskripsi struktural masing-masing informan, peneliti akan mendapatkan gambaran inti dari pengalaman informan. Pengalaman informan tersebut meliputi pengetahuan informan terhadap akun media sosial Instagram Selebgram Awkarin hingga resepsi informan terhadap fenomena gaya hidup Selebgram Awkarin. Dari segi pengetahuan, seluruh informan telah mengetahui dan menggunakan media sosial Instagram sejak lama. Seluruh informan juga mengetahui cara penggunaan dan pemanfaatan media sosial Instagram. Media sosial Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan. Media sosial Instagram juga dijadikan sebagai media utama bagi seluruh informan sebagai sumber pemenuh kebutuhan informasi.

Esensi

Proses *Encoding/Decoding* Terhadap Akun Media Sosial Instagram Awkarin

Pada penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori Osgood On Meaning. Teori Osgood berfokus pada pemaknaan yang berhubungan dengan cara-cara mempelajari makna dan bagaimana makna tersebut berhubungan dengan pemikiran dan perilaku. Peneliti menggunakan teori Osgood karena peneliti berfokus pada fenomenologi dan resepsi dari individu. Dalam teori Osgood yang berhubungan dengan bagaimana cara mempelajari makna ini, disebutkan bahwa makna tersebut berhubungan dengan pemikiran dan perilaku. Dalam penelitian ini, beberapa informan memiliki karakter dan perilaku yang berbeda-beda. Karakter dan perilaku yang berbeda-beda ini menimbulkan pemaknaan yang berbeda dalam meresepsi fenomena gaya hidup selebgram Awkarin. Pada teori Osgood (Littlejohn, 1999:127) disebutkan juga bahwa rangsangan dari luar akan menghasilkan sebuah pemaknaan internal yang akan menghasilkan respon keluar. Berdasarkan temuan penelitian, peneliti mendapatkan berbagai macam hasil pemaknaan dari informan. Makna yang dihasilkan pun melalui proses yang panjang, mulai dari pemikiran dan perilaku informan, rangsangan dari luar, serta proses *encoding/decoding*. Dalam mendapatkan hasil temuan tersebut, peneliti melalui proses *encoding/decoding*. Proses *Encoding/Decoding* adalah suatu model yang menjelaskan bahwa sebuah pesan yang sama dapat dikirimkan atau diterjemahkan lebih dari satu cara. Model Stuart Hall ini memfokuskan bahwa informan memiliki respon yang bermacam-macam pada sebuah pesan media karena pengaruh posisi sosial, gender, usia,

etnis, pekerjaan, pengalaman, keyakinan dan kemampuan mereka dalam menerima pesan. Perbedaan respon pun biasanya terjadi karena posisi sosial atau pengalaman budaya antara konsumen dan produsen media yang berbeda-beda. Pesan yang dikirimkan pun akan menimbulkan berbagai macam efek kepada informan.

Oppositional position dalam Fenomena Gaya Hidup Selebgram Awkarin

Seperti yang sudah dijelaskan pada sub bab sebelumnya bahwa ada tiga tipe utama pemaknaan atau pembacaan khalayak terhadap konten media dalam proses *encoding/decoding*. Salah satunya adalah *oppositional position*. *Oppositional position* merupakan suatu keadaan dimana audiens menerima kode atau pesan, lalu audiens tersebut akan membentuk suatu kode kembali. Namun berbeda dengan tipe pemaknaan lainnya, karena kode yang dihasilkan oleh audiens melalui *oppositional position* merupakan suatu pandangan yang berbeda dan menolak pandangan dari pesan yang diterima. Pada penelitian ini, informan berada pada *oppositional position*. Karena informan memiliki pandangan yang berbeda dan tidak setuju dengan pesan yang diterima. Informan memaknai fenomena gaya hidup selebgram Awkarin sebagai suatu hal yang berlebihan dan diluar batas wajar. Karena Awkarin dinilai sudah melanggar norma yang berlaku dalam menggunakan media sosial Instagram. Informan juga memaknai akun media sosial Instagram selebgram Awkarin sebagai media yang berlebihan karena Awkarin sering menunggah konten yang sangat vulgar yang memberikan dampak buruk kepada *followersnya* sehingga *followersnya* meniru gaya hidup Awkarin yang dinilai sangat hedonis dan vulgar. Informan juga memaknai pemberitaan mengenai fenomena gaya hidup selebgram Awkarin yang tersebar luar di portal berita maupun di media sosial sebagai suatu fenomena baru yang memberikan efek buruk kepada *followersnya*. Informan memaknai hal tersebut sebagai hal yang sangat diluar batas wajar dan sangat memprihatinkan. Namun dalam memaknai fenomena tersebut, informan juga tidak sepenuhnya menyalahkan *followers* Awkarin meniru gaya hidupnya, karena banyak anak dibawah umur yang juga meniru gaya hidup Awkarin tersebut yang dinilai kurangnya pengawasan orangtua dalam mengawasi anak menggunakan media sosial Instagram. Informan juga memaknai fenomena gaya hidup selebgram Awkarin sebagai bentuk kurangnya pengetahuan dan kesadaran dari masing-masing individu dalam memilih pesan yang baik diterima ataupun tidak diterima. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena tentang apa yang dialami oleh informan

misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain dengan cara mendeskripsikan ke dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6). Konsep ini pun sesuai dengan hasil resepsi yang dihasilkan oleh informan yaitu melakukan sebuah pemaknaan yang akhirnya menghasilkan resepsi sesuai dengan latar belakang dan pengalaman individu dari masing-masing informan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis resepsi dan wawancara mendalam dengan informan, maka ditemukan beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut :

1. Secara umum, dari hasil penelitian dijelaskan bahwa informan sudah mengetahui bahwa Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan karena dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunaannya. Informan yang telah mengetahui dan menguasai fungsi dari segala fitur Instagram, juga menggunakan Instagram sebagai media untuk berinteraksi dan bersosialisasi tanpa terbatas oleh jarak dan waktu.
2. Informan yang merupakan pengguna aktif media sosial Instagram juga mengetahui dan mengikuti akun media sosial Instagram selebgram Awkarin. Maka dari itu, informan sangat mengetahui mengenai konten apa saja yang terdapat pada akun media sosial Awkarin, termasuk gaya hidupnya.
3. Sebagai khalayak aktif, informan melakukan pemaknaan ulang berdasarkan pengalaman informan dalam mengkonsumsi media sosial Instagram selebgram Awkarin terhadap fenomena gaya hidup selebgram Awkarin. Pemaknaan yang dihasilkan oleh informan didasari oleh perbedaan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman subjektif yang dimiliki.

Saran

Setelah melakukan penelitian Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin) peneliti memberikan saran khususnya kepada peneliti selanjutnya yaitu menjadikan khalayak aktif yang memiliki pengalaman berbeda-beda sebagai informan sehingga hasil pemaknaan yang didapat juga akan semakin beragam dan dapat memperkuat hasil

penelitian. Peneliti juga berharap agar pengguna media sosial Instagram khususnya *followers* akun media sosial Instagram Awkarin bisa menjadi pengguna yang selektif dalam memilih serta menelaah media yang dikonsumsi. Dapat menjadi pengguna media sosial yang cerdas, yang tidak menerima pesan media secara mentah, namun bisa membedakan informasi yang baik untuk diterima dan mana yang tidak. Selain itu peneliti berharap agar khalayak mengkonsumsi media sesuai dengan umur masing-masing individu dan tidak mengkonsumsi media yang bukan merupakan kapasitasnya sehingga mampu meresepsikan pesan media yang diterima dengan baik sehingga pesan yang disampaikan tepat sasaran, tidak hanya melihat dari segi hiburan saja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi 2. Jakarta: Kencana.

Humris, Razmy. 2014. *Memahami Motif dan Mengantisipasi Penyalahgunaan Wewenang Dalam Bisnis Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Littlejohn, Stephen W. 1999. *Theories Of Human Communication, 6th Edition*. Mexico: Wadsworth Publishing Company.

Littlejohn dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.

McQuail, Denis. 1997. *Audience Analysis*. California: SAGE.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa: McQuail's Mass Communication Theory*, Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan, dan Andy C.W. 2009. *Teori Komunikasi: Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan*, Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Morissan, Andy C.W. dan Farid Hamid U. 2013. *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*, Cetakan Kedua. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nova, Firsan. 2014. *PR WAR: Pertarungan Mengalahkan Krisis, Menaklukkan Media, dan Memenangkan Simpati Publik*. Jakarta: Grasindo.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Widjaja, Bernard T. 2009. *Lifestyle Marketing, Servlist: Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jaya dan Lifestyle*. Jakarta: Gramedia.

Zarkasyi, Muhammad R. 2013. *Entrepreneur Radikal: Catatan Inspiratif dan Solusi-Solusi Taktis Mengatasi Tahapan-Tahapan Kritis Dalam Bisnis*. Jakarta: ReneBook.

- **Jurnal :**

Agustina, Kartika, et all. 2017. Analisis Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram. E-Proceeding of Management : Vol.4, No.1. Universitas Telkom.

Arbaini, Nurul. 2017. Gaya Hidup Shopaholic Pada Mahasiswi (Studi Pada Mahasiswi FISIP Universitas Riau Yang Kecanduan Berbelanja Pakaian). Jom FISIP Volume 4 No.1. Universitas Riau.

Gumilar, Gumgum. 2015. Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Volume V No. 2 . Universitas Padjadjaran.

Malone, Sheila, et all. The Role of Hedonism in Ethical Tourism. *Annals of Tourism Research* 44 (2014) 241-254. University of Lancaster.

Rachmat, Dita O.N., et all. 2016. Pengaruh Celebrity Endorser di Media Sosial Instagram dalam Promosi Produk Hijab terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Akun Instagram @zahratuljannah dan @joyagh). E-Proceeding of Management : Vol.3, No.3. Universitas Telkom.

Monanda, Rizka. 2017. Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Followers Remaja. Jom FISIP Vol. 4 No. 2. Universitas Riau.

Listyorini, Sari. 2012. Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana (Studi pada Pelanggan Perumahan Puri Dinar Mas PT. Ajisaka di Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis Volume I Nomor 1*. Universitas Brawijaya Malang.

- **Skripsi :**

Risa Tusnawati . 2017. Analisis Resepsi Khalayak Terhadap isi Pesan Pada Iklan Rokok U Mild Versi “Cowok Tau Kapan Harus Bohong”. Universitas Dian Nuswantoro.

Neazar Astina. 2014. Analisis Resepsi Terhadap Pemberitaan Penangkapan Kasus Narkoba Raffi Ahmad Pada Tabloid Cempaka. Universitas Diponegoro.

- **Internet :**

<http://style.tribunnews.com/2016/10/07/ya-ampun-para-abg-ini-mulai-tiru-gaya-gaul-ala-awkarin-lihat-foto-fotonnya>

<https://nelfioktiani.wordpress.com/2017/02/16/4-fenomena-sensasi-selebgram-my-point-of-view/>

<http://sidomi.com/464314/awkarin-karin-novilda-selebgram-yang-umbar-gaya-pacaran-dan-pergaulan-vulgar/>

<https://jasaallsosmed.co.id/instagram.html>