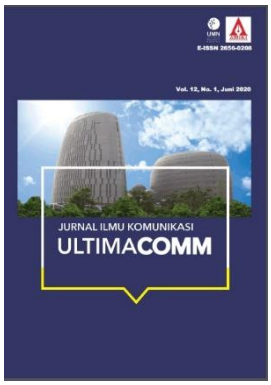


Jurnal Ilmu Komunikasi
ULTIMACOMM

Vol. 12, No. 1

ISSN: **2085 - 4609** (Print), e- ISSN 2656-0208

Journal homepage: bit.ly/UltimaComm

Wacana Lokal pada Akun Instagram @overheard di Indonesia

Nurul Hutami & Angeliqa Fitria

To cite this article:
Hutami, N. & Fitria,A. (2020). Wacana Lokal pada Akun Instagram @Overheard di Indonesia, 12(1), 88-109.
https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1483

Ultimacomm publishes research articles and conceptual paper in the field of communication, mainly digital journalism and strategic communication. It is published twice a year by the Faculty of Communication of Universitas Multimedia Nusantara

Submit your article to this journal

Published in Partnership with

APJIKI
ASOSIASI PENERBIT JURNAL ILMU KOMUNIKASI INDONESIA

Full Terms & Conditions of access and use can be found at
http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/about

Wacana Lokal Pada Akun Instagram @overheard di Indonesia

Nurul Hutami
Program Pascasarjana Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia
Email: nurulhutami@gmail.com

Fitria Angeliqa
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pancasila
Email: fitria.angeliqa.17@gmail.com

Received Feb. 12, 2020; Revised on May 16, 2020;, Accepted June 9, 2020

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi wacana lokal dalam media sosial @overheard di Indonesia yang membahas tentang berbagai isu sosial yang dikonstruksikan oleh masyarakat selama ini. Media baru yang berkembang, seperti Instagram, menyebabkan munculnya komunitas-komunitas akar rumput secara virtual di masyarakat. Salah satu bentuk komunitas yang kini banyak muncul di Instagram berupa akun media sosial yang disertai kata '*overheard'.* Kata '*overheard'* pada awalan nama akun media sosial ini menunjukkan secara jelas konsep yang diusung oleh komunitas tersebut, yaitu menampilkan potongan percakapan sehari-hari yang tidak sengaja didengar di ruang publik. Penelitian ini menggunakan konsep wacana dan ruang publik. Penelitian ini juga dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan paradigma konstruktivis. Teknik pengambilan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis isi di akun berbagai *overheard* yang ditulis dalam Bahasa Indonesia. Dari penelitian ini ditemukan bahwa akun-akun Instagram dengan konsep @overheard muncul karena keterhubungan pemikiran di masyarakat guna mempublikasikan hal-hal yang sebelumnya tidak pernah memiliki kesempatan untuk dipublikasi karena tidak memiliki nilai berita atau informasi. Hal-hal tersebut sifatnya beragam, mulai dari parodi, humor, serta kisah-kisah personal. Akun @overheard ini termasuk ke dalam ruang publik digital karena menjadi wadah agar sesama pengguna Instagram dapat berinteraksi, namun diskusi yang dilaksanakan tidak berkembang kepada keputusan apapun.

Kata Kunci: wacana, media sosial, instagram, ruang publik

Abstract

This study aims to identify local discourse in @overheard social media account, which discusses various issues that have been constructed by the public so far. The growth of new media, like Instagram, has led to the emergence of virtually grassroots communities in society. One form of community that is now trending on Instagram is social media accounts that are accompanied by the word 'overheard.' The word 'overheard' at the beginning of the name of the social media accounts shows the concept, which shows various pieces of daily conversation that are accidentally heard in public spaces. Based on the concepts of public

space and discourse, this research uses descriptive qualitative with the constructivism paradigm. The data collection technique uses content analysis in various overheard accounts written in Indonesian. This research finds that Instagram accounts with the concept of @overheard are created because of the connectedness of thought inside the community in order to publish things that have never had the opportunity to be published because they do not have any news value or important information. These published things are various, from parody, humor, and personal stories. The @overheard account is a digital public space because it is a virtual place for fellow Instagram users to interact. Still, the discussion among them is not developed into any further actions.

Keywords: discourse, social media, Instagram, public space

PENDAHULUAN

Salah satu perubahan yang dapat dilihat dengan kehadiran internet adalah munculnya media sosial yang digunakan sebagai wadah manusia untuk berinteraksi dengan sesamanya secara tidak langsung. Kehadiran media sosial dan pengaruhnya terhadap kehidupan manusia telah dikaji lebih dalam oleh berbagai peneliti dalam berbagai bidang. Media sosial dinyatakan sebagai sebuah platform untuk membuat profil, membuatnya eksplisit dan melintasi hubungan (Wolf, Sims, & Yang, 2018).

Namun, media sosial tidak dapat diartikan secara tunggal. Terdapat banyak deskripsi mengenai media sosial dengan bergantung pada jenis interaksi yang diciptakan, dibagikan, dipertukarkan, serta upaya memodifikasi ide dalam komunitas virtual atau jaringan. Media sosial adalah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi Web 2.0 yang mengizinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna, atau *user generated content* (Zeitel-Bank & Tat, 2014).

Seperti yang kita sudah ketahui saat ini, media sosial telah menjadi salah satu media yang cukup banyak digunakan oleh masyarakat. Tidak hanya dipakai untuk berkomunikasi, media sosial juga digunakan untuk mencari informasi. Dalam perkembangannya, media sosial tidak hanya digunakan oleh individu saja, tetapi juga komunitas serta organisasi.

Kehadiran media sosial kini semakin berkembang dengan jenis-jenis yang semakin spesifik. Pengguna pun dapat memilih untuk menggunakan jenis-jenis tersebut sesuai dengan kebutuhannya. Mereka juga bisa menampilkan serta mengekspresikan dirinya dalam berbagai cara. Seperti halnya dalam salah satu jenis media untuk berbagi atau *media sharing*, yakni Instagram.

Salah satu bentuk implementasi media sosial sebagai medium untuk berbagi adalah banyaknya akun dengan konsep @overheard di Instagram. Akun @overheard sebenarnya pertama kali muncul di Amerika Serikat pada Agustus 2015. Pencetusnya adalah Jesse Margolis yang baru-baru ini memutuskan untuk mengungkapkan identitas pribadinya sebagai orang di balik akun tersebut. Jesse Margolis sebelumnya memutuskan untuk tetap merahasiakan identitasnya. Dikutip dari wawancaranya bersama *EliteDaily*, ketika mencetuskan ide @overheardLA, Margolis tidak memiliki niat untuk menciptakan sesuatu yang viral dan ia juga kurang menyukai media sosial (Walsh, 2018). Namun, ide untuk

mengunggah konten percakapan yang ia dengar muncul ketika ia mendengar percakapan dua orang perempuan di sebuah gerai kesehatan. Percakapan kedua orang tersebut kemudian ia unggah dan mendapatkan respons lebih baik di media sosialnya jika dibandingkan dengan unggahan-unggahan yang ia kirim sebelumnya (Goldston, 2018).

Akun @overheardla yang dimulai oleh Jesse pada 2015 kemudian memperoleh kesuksesan dan sejak saat itu pula mulai bermunculan akun-akun media sosial dengan konsep serupa. Akun-akun yang diawali dengan kata @overheard ini memiliki kesamaan konsep, yaitu sama-sama hanya mengunggah teks pada akun instagram mereka, tidak mencantumkan nama pemilik akun secara personal, dan mengunggah potongan percakapan sehari-hari.

Namun, walaupun memiliki konsep serupa, akun-akun media sosial yang diawali dengan kata *overheard* memiliki perbedaan. Oleh karena sumber kontennya yang diambil dari potongan percakapan penduduk lokal setempat, terdapat perbedaan nilai dan budaya di masyarakat yang tergambar melalui percakapan-percakapan yang diunggah menjadi konten tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada wacana lokal yang dimuat di dalam masing-masing instagram @overheard di berbagai negara, termasuk yang ada di Indonesia.

Berkaitan dengan istilah ‘lokal’, Haryatmoko (2016) memaparkan makna lokal umumnya berguna sebagai cara menyeleksi yang sesuai dengan mental, pengetahuan, atau ideologi pembicara atau penulis. Hal ini pun mempengaruhi opini atau sikap penerima. Akun @overheard yang ada di Indonesia dan menggunakan bahasa Indonesia tentunya akan membahas berbagai peristiwa, pengetahuan, serta ideologi yang bersifat lokal sehingga mampu diserap atau diterima oleh penerima. Hal ini pula yang mampu memancing adanya interaksi secara virtual melalui akun-akun media sosial @overheard.

Dalam penelitian ini, peneliti berupaya untuk mengidentifikasi berbagai wacana lokal yang berada di luar wacana konvensional pada berbagai akun @overheard yang membahas berbagai isu sosial dan hanya menggunakan Bahasa Indonesia di media sosial Instagram pada Oktober 2019.

Sebelumnya, terdapat penelitian terdahulu berjudul "*Tipe Wacana dan Maksud Pada Wacana Meme Tulisan Instagram* @overheard*jkt Tahun 2016-2017*" yang ditulis oleh Veronica Kristiani Larasati. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian "*Tipe Wacana dan Maksud Pada Wacana Meme Tulisan Instagram* @overheard*jkt Tahun 2016-2017*" hanya terfokus pada tata bahasa karena diteliti dari sudut pandang keilmuan sastra Indonesia. Oleh karena perbedaan bidang ilmu yang diteliti, tulisan ini diharapkan dapat memperkaya hasil penelitian di Indonesia terkait akun @overheard secara lebih lanjut di bidang komunikasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Ruang Publik

Kini, banyak akun-akun Instagram anonim yang diawali dengan kata @overheard yang menjadi wadah interaksi orang-orang secara online. Dengan konten yang ada di akun @overheard, khalayak di Instagram dapat berinteraksi dengan memberikan tanda suka, memberi komentar di kolom komentar, mengirimkan konten tersebut ke pengguna lain melalui fitur *direct message,* hingga mengunggahnya kembali ke akun Instagram pribadi mereka melalui fitur Instagram *story.* Interaksi tersebut muncul sebagai perwujudan partisipasi secara online oleh pengguna Instagram.

Adanya media sosial, seperti Instagram, dengan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan langsung oleh penggunanya perlu disadari sebagai bentuk adanya ruang publik di masyarakat secara virtual, bukan privat. Melalui media sosial, tulisan atau unggahan yang dikirim dapat saja dibaca atau dilihat oleh orang lain.

Ruang publik dapat saja menjadi wadah partisipasi serta interaksi dan memudahkan proses tersebarnya informasi (Juddi et al., 2019). Menurut Habermas, ruang publik (*Oeffentlichkeit*) dapat meliputi konsep ruang, tempat-tempat sosial lokasi makna dan ide dipertukarkan, serta sebuah tubuh kolektif yang tersusun dari "publik" itu sendiri. Selain itu, Habermas pun memberikan empat buah prasyarat guna munculnya ruang publik (Hardiman, 2010).

1. Status orang yang tidak dipermasalahkan
2. Bahan yang didiskusikan adalah apa-apa yang belum dipertanyakan sebelumnya, baik dari masyarakat ataupun dari negara.
3. Keputusan yang diambil berdasarkan atas diskusi yang rasional
4. Publik yang dimaksud bersifat tidak eksklusif atau inklusif.

Berbeda dengan ruang privat yang sifatnya partikular, ruang publik sifatnya adalah universal. Jadi, ruang publik merupakan sebuah ruang diskursif tempat orang-orang dapat berkumpul serta berdiskusi mengenai apa-apa saja yang hendak mereka diskusikan secara bersama-sama, dan apabila memungkinkan, diskusi tersebut dapat mengarah kepada keputusan-keputusan tertentu (Hardiman, 2010).

Wacana

Analisis wacana adalah teori yang melibatkan berbagai disiplin ilmu, baik dari ilmu sosial hingga humaniora, misalnya kajian sastra, semiotik, linguistik, antropologi, psikologi, sosiologi, serta komunikasi. *Discourse* atau wacana, secara etimologi merupakan kata yang berasal dari bahasa latin, yakni "*discurrere*". Arti *"discurrere"* bisa dijelaskan sebagai mengalir ke segala arah atau terpisah dan perkembangan selanjutnya wacana dimaknai sebagai memberi informasi mengenai sesuatu. Kemudian. Vass (1992, p. 9 dalam Titscher dkk., 200, p. 42-43) memaparkan bahwa dalam beberapa wakna, wacana juga dapat didekati seperti:

1. Sebagai bentuk percakapan atau diskusi
2. Sebuah penyajian mengenai pemikiran dengan memakai pernyataan
3. Bentuk pernyataan yang berupa rangkaian atau ungkapan
4. Bahasa sebagai suatu hal yang dipraktikkan

Wacana berkaitan erat dengan bahasa. Menurut Foucault, wacana dapat menjadi sesuatu yang ditulis ataupun dikomunikasikan dengan memakai tanda serta menandakan adanya hubungan lain yang berkaitan dengan adanya strukturalisme serta fokus dominan yang terdapat pada bahasa (dalam Fillingham, 2001, p. 100). Berdasarkan hal di atas, kesimpulan yang dapat ditarik adalah wacana memiliki keterkaitan dengan apa yang dikomunikasikan, yaitu teks, dan bagaimana teks itu bisa muncul serta apa maknanya yang diharapkan, yakni konteks (Nasrullah, 2016).

Paul Ricoeur mengatakan bahwa wacana dapat juga menjadi bentuk distansiansi, yang memberikan kondisi dari kemungkinan seluruh karakteristik *event* dan arti suatu bahasa, selain dari bentuk lisan itu sendiri. Menurut Ricoeur, wacana memiliki ciri dasar yang berjumlah empat buah, yakni temporalitas, subjek, acuan kepada suatu dunia, serta lawan bicara. Ciri pertama, yaitu temporalitas, adalah pernyataan yang berdasarkan waktu dan saat tertentu. Ciri kedua, yaitu subjek, menunjukkan bahwa dalam wacana selalu merujuk kepada pembicara, yang selalu mengacu kepada referensial diri. Ciri ketiga, yaitu mengacu kepada suatu dunia, adalah menggambarkan dunia seperti situasi yang dinyatakan, digambarkan, dan direpresentasikan oleh pembicara beserta lawan bicaranya. Ciri ketiga juga menyebabkan adanya dialog yang ditandai adanya keterangan waktu, tempat, dan lain-lain. Ciri keempat, yaitu lawan bicara, adalah keterlibatan orang yang ada dalam komunikasi tersebut, selain dunia yang menjadi acuan (Wahid, 2015).

Wacana atau *discourse* diartikan sebagai kata-kata yang bersifat khusus yang dipilih untuk menyatakan makna. Foucault (1972) juga menyatakan bahwa pembentukan wacana ini dapat dibentuk oleh sekelompok urutan tanda, pernyataan, serta bisa ditugaskan eksistensi modalitas tertentu. Martono (2014) juga menyebut wacana sebagai kekuasaan atau otoritas yang berguna untuk mendeskripsikan sesuatu yang dipropaganda oleh suatu institusi. Tidak hanya mengenai pernyataan, bangunan sebuah wacana juga tentang adanya struktur dan tata aturan dari wacana itu sendiri. Wacana dapat membentuk serangkaian konstruk yang dimengerti sebagai realitas. Namun, realitas tidak dapat diartikan apabila tidak memiliki akses terhadap pembentukan struktur diskursif. Usaha penafsiran suatu objek dalam sistem makna bergantung pada struktur diskursif. Kemudian, struktur diskursif ini dapat membuat suatu objek ataupun peristiwa dapat terlihat sebagai hal yang nyata (Wiradnyana, 2018).

Mills (2006) menyebutkan dalam kaitannya dengan dampak wacana, Foucault menyatakan bahwa ada hubungan antara kekuasaan, pengetahuan, dan kebenaran. Foucault (dalam Mills, 2006, p. 69) menyatakan bahwa kekuasaan tidak mungkin dilaksanakan tanpa pengetahuan, serta tidak mungkin bagi pengetahuan untuk tidak menghasilkan kekuasaan. Jadi, di mana ada ketidakseimbangan hubungan kekuasaan antara kelompok orang atau antar lembaga / negara, akan ada produksi pengetahuan.

Foucault (dalam Mills, 2006, p. 72), Foucault berpendapat bahwa alih-alih pengetahuan menjadi pencarian murni setelah 'kebenaran', pada kenyataannya, kekuatan beroperasi dalam pemrosesan informasi yang menghasilkan sesuatu yang dilabeli sebagai 'fakta'. Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai wacana pada media sosial yang dilakukan berdasarkan pemikiran Foucault.

Tabel 1. Penelitian mengenai Wacana Media Sosial menggunakan Pemikiran Foucault

Judul penelitian	Penulis	Hasil
A Discourse Analysis of the Media Representation of Social Media for Social Change - The Case of Egyptian Revolution and Political Change	Minavere Vera Bardici	Media sosial telah terbukti bermanfaat dalam menye-diakan sumber daya instrumental dan menggoyahkan revolusi, khusus-nya ketika terkait proses perubah-an politik, terutama mobilisasi publik. Wacana media seputar media sosial untuk perubahan politik adalah eksklusif. Revolusi dan realitas perubahan politik di Mesir jauh lebih rumit dari biasanya karena direkonstruksi - dibingkai - oleh sebagian besar jurnalis. Sejumlah masalah - fakta dan opini - disembunyikan, di-abaikan atau dikecualikan dalam representasi media tentang peran media sosial untuk perubahan politik.
'Consuming the Self': A discourse analysis of the self-representation of Instagram bloggers and its relationship to consumer culture	Sophie Rose Davies	Representasi diri dari blogger Instagram adalah terkait erat dengan budaya konsumen melalui pembelian dan fetishisasi konsumen barang, yang membangun kembali cita-cita kecantikan normatif ke dalam ranah *online*.
Social media as political hatred mode in Malaysia's 2018 General Election	Sara Chinnasamy dan Norain Abdul Manaf	Masalah seperti pajak barang dan ayanan, reputasi kandidat, dan skandal 1 Malaysia *Development Berhad* (1MDB) adalah penyebab utama kebencian politik yang diekspresikan pada sosial media.
Panopticism is not Enough: Social Media as Techno-logies of Voluntary Servi-tude	Alberto Romele, Francesco Gallino, Camilla Emmenegger, Daniele Gorgone	Yang pertama menyangkut penggunaan perbudakan sukarela yang baik. Dalam tulisan ini, kami telah menyarankan bahwa akade-misi harus mempertimbangkan kemungkinan bahwa pengawasan di media sosial tidak dapat dilakukan seluruhnya dikaitkan dengan alasan eksternal atau internalisasi alasan ini. Panop-tikisme di media sosial juga bukan

		hanya masalah kontrol atas individu. Sebaliknya, mereka memperhatikan konstitusi subjektivitas seperti itu.
Think before you tweet: A Foucauldian Discourse Analysis of the constructions of female alcohol consumption on Twitter	Saskia Jones	Pengguna Twitter membuat perilaku minum perempuan dalam istilah negatif dan merugikan; konstruksi termasuk perempuan yang minum sebagai yang tidak diinginkan, di luar kendali dan faktor penyebab untuk kekerasan seksual. 'Tweet' itu menggunakan wacana patriarkal, generalisasi, dan menyalahkan, dan sebagai hasilnya ditemukan untuk menciptakan subjektivitas problematisasi bagi perempuan.
Komunikasi Visual: Fantasi Tubuh Wanita Kelas Menengah di Instagram	Rama Kertamukti, Heru Nugroho, dan S. Bayu Wahyono	Instagram menjadi alat pembentuk konstruksi sosial, sekaligus pembentuk wujud kuasa kebenaran dalam realitas sosial, Instagram membuat ruang kendali keseragaman norma-norma kehidupan.
Wacana Politisi Perempuan Dalam Meme	Anastasia Yuni Wiydaningrum & Theresia Intan Putri Hartiana	Meme menjadi ruang publik yang tanpa sekat dan bersifat egaliter. Meme meruntuhkan batas-batas hirarki di mana masyarakat bebas untuk menyampaikan pendapatnya. Meme membuka ruang demokrasi tanpa ketakutan akan represi dari kelompok penguasa.

Akun Overheard di Instagram sebagai bentuk wacana lokal

Menurut Scholl (2016) Instagram adalah salah satu *platform* media sosial yang terus berkembang semenjak diluncurkan pada 2010. Dalam kurun waktu tersebut, Instagram menjadi situs berbagi foto terbesar dengan pengguna aktif sebanyak 180 juta per bulannya. Instagram juga merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Instagram adalah situs jejaring sosial sekaligus aplikasi *mobile* yang dapat mengizinkan para penggunanya untuk mengunggah, memberi filter, dan membaginya dengan para teman serta pengikut mereka baik di Instagram maupun situs jejaring sosial lainnya.

Menurut Akram (2018), situs ini memiliki lebih dari 400 juta pengguna dinamis dan kini dimiliki oleh Facebook. Sejumlah besar pengguna menggunakannya untuk mengunggah konten tentang perjalanan, rezeki, keahlian, dan sebagainya. Sekitar 95 persen dari pengguna Instagram juga memanfaatkan Facebook.

Dengan sebagian besar dunia mengakses media sosial setiap hari, ada semakin banyak bukti bahwa media sosial menawarkan pengalaman yang bervariasi untuk setiap pengguna dan bahwa beberapa pengalaman-pengalaman itu membuahkan hasil positif.

Manfaat-manfaat ini akhirnya menguatkan penjelasan yang memungkinkan mengapa penggunaan media sosial terus tumbuh di seluruh dunia (ScholarsArchive, Palmer Christensen, & Palmer, 2018).

Jika dilihat dari cara kerjanya, melalui Instagram, para pengguna mampu terhubung dengan individu spesifik ataupun bisnis, pengguna juga dapat melakukan pencarian serta mengikuti halaman instagram yang dikehendaki. Profil yang bersifat publik langsung dapat diikuti oleh pengguna, sedangkan profil yang bersifat privat tidak bisa langsung diakses dan perlu mendapat izin dari sang pemilik profil (Scholl, 2016). Pada saat ini, Instagram tidak hanya dimiliki secara personal maupun bisnis.

Sejak berkembangnya komunitas yang berbentuk akun-akun instagram yang dimulai dengan kata @overheard, pengguna dapat melihat bentuk lain yang berbeda pada media sosial Instagram. Berbeda dengan akun-akun umumnya yang mengunggulkan konten visual, akun-akun media sosial @overheard ini hanya mengunggah serta mengkomunikasikan konten yang hanya mengandung teks semata kepada khalayak.

Teks tersebut menjadi kekuatan karena mengandung sesuatu yang bersifat lokal. Makna lokal dikendalikan oleh konteks (tujuan, norma interaksi, dan organisasi kelembagaan). Pengertian lain mengenai makna lokal disebutkan Van Dijk (dalam Haryatmoko, 2016, p. 95) mengacu ke makna kata-kata, struktur dan hakikat proposisi, koherensi, dan hubungan di antara proposisi-proposisinya seperti implikasi, pra-andaian, dan deskripsi. Pemaknaan ini adalah bagian yang paling mudah diingat dan direproduksi oleh penerima sehingga mampu memberikan dampak sosial yang paling nyata.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan paradigma konstruktivis. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah analisis isi yang ada di dalam berbagai akun media sosial @overheard di Indonesia. Pada analisis isi, peneliti kualitatif mengkaji catatan lisan serta tulisan yang berisi pengalaman manusia. Pada analisis isi kualitatif atau analisis isi deskriptif, analisis isi dimaksudkan guna mendeskripsikan secara detail suatu teks. Desain ini tidak memiliki tujuan guna menguji adanya hipotesis tertentu atau menguji adanya hubungan variabel-variabel (Gora, 2019).

Pendekatan kualitatif memiliki asumsi bahwa pengertian terhadap perilaku manusia (*social behaviour*) tidak bisa cukup jika didapatkan dari perilaku permukaannya saja (*surface behaviour*). Memperhatikan dari dalam mengenai tingkah laku manusia (*inner perspective of human behaviour)* merupakan hal yang tidak kalah pentingnya. Hal tersebut disebabkan karena melalui pendekatan inilah gambaran yang utuh mengenai manusia beserta dunianya akan didapatkan (Suwendra, 2018).

Penelitian ini dilakukan berdasarkan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis sering dilihat sebagai pendekatan untuk penelitian kualitatif. Menurut Cresswell (2014) tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengandalkan sebanyak mungkin pandangan partisipan yang situasinya sedang dipelajari. Pertanyaan pun dibuat kian luas

dan umum sehingga partisipan dapat membangun pemahaman dari sebuah situasi. Semakin terbukanya pertanyaan, maka akan semakin baik pula para peneliti bisa mendengarkan apa yang partisipan katakan atau lakukan dalam kehidupan mereka. Para peneliti konstruktivis juga fokus terhadap konteks spesifik ketika manusia hidup dan bekerja guna memahami pengaturan historis dan budaya dari partisipan. Dalam penelitian, dibandingkan memulai dengan teori, penanya cenderung menghasilkan atau mengembangkan teori atau pola pemahaman secara induktif.

Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui analisis isi. Tahap pertama pengumpulan data dikumpulkan dengan cara mencari akun-akun Instagram berawalan @overheard secara langsung dalam aplikasi media sosial Instagram pada Oktober 2019. Dalam rentang 30 hari tersebut ditemukan ada sebanyak 37 akun Instagram yang memiliki nama pengguna berawalan @overheard dan menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantarnya. Akun-akun overheard tersebut kemudian dianalisis lebih lanjut berdasarkan penamaan, topik yang dibahas, serta isi konten yang mengandung wacana lokal dan diunggah oleh akun tersebut.

HASIL

Pengamatan yang dilakukan oleh penulis terkait akun-akun instagram @overheard yang ada di Indonesia memberikan informasi yang cukup menarik bagaimana suatu media baru dapat menjadi wadah masyarakat untuk berinteraksi secara virtual sesuai dengan preferensi masing-masing melalui akun media sosial yang diikutinya.

Akun-akun Instagram yang diteliti ini memiliki jenis konten yang berbeda-beda sesuai dengan penamaannya. Di antara akun-akun tersebut, terdapat tiga akun dengan jumlah pengikut terbanyak per bulan Oktober 2019, yaitu @overheardJkt (jumlah pengikut: 403.000), @overheardbeauty (jumlah pengikut: 242.000), dan @overheardkampus (jumlah pengikut: 160.000). Terdapat 37 akun @overheard berbahasa Indonesia yang dapat diakses secara publik di Instagram. Berikut daftar akun-akun @overheard di Indonesia berdasarkan pengamatan peneliti pada bulan Oktober 2019.

Tabel 2. Daftar Akun @overheard Berbahasa Indonesia di Instagram (Oktober 2019)

No.	Nama Akun	Jumlah Pengikut	Topik Pembicaraan
1.	@overheardjkt	404k	Kehidupan di Jakarta
2.	@overheardbeauty	242k	Kecantikan
3.	@overheardkampus	160k	Kampus
4.	@overheardahensi	33,2k	Pekerjaan di bidang periklanan
5.	@overheardbanker.id	226	Pekerjaan di bank

6.	@overheardjomblo	3.483	Percintaan
7.	@overheardhoteliers	7.345	Pekerjaan di hotel
8.	@overheardkajian	20,7k	Kegiatan agama
9.	@overheardradio	3.362	Pekerjaan di radio
10.	@overheardbelanda	1.854	Kehidupan orang Indonesia di Belanda
11.	@overheardlawfirm.id	8.495	Pekerjaan di firma hukum
12.	@overheardkoass	8.996	Kehidupan calon dokter pada saat koass
13.	@overheardmabok	31,8k	Kehidupan malam
14.	@overheardinfluencer	2.606	Kehidupan sebagai *influencer* atau selebgram
15.	@overheardauditor	15,7k	Kehidupan sebagai auditor
16.	@overheardselingkuh	19k	Hubungan perselingkuhan atau *illegal*
17	@overheardnakama	1.063	Kehidupan sebagai pegawai Tokopedia
18	@overheardparty	256	Dunia malam
19	@overheardsantuy	243	Kehidupan pelajar
19	@overheardracing	21,2k	Dunia balap
20	@overheardstartupjkt	152	Perusahaan rintisan di Jakarta
21	@overheardsiantar	2.196	Kehidupan di Pematang siantar
22	@overheardmahmud	1.033	Kehidupan sebagai ibu/mama muda
23	@overheardescort	927	Kehidupan sebagai anak pejabat
24	@overheardkupi	605	Kopi
25	@overheardojol	103	Ojek online
26	@overheard_pln	5.284	Kehidupan sebagai karyawan PLN
27	@overheardbdg	1.212	Kehidupan sebagai warga Bandung
28	@overheardppds	2.007	Program Pendidikan Dokter Spesialis (PPDS)
29	@overheardinten	11,1k	Bimbingan belajar INTEN
30	@overheardkode	1.348	Pembicaraan yang cenderung implisit (kode)
31	@overheardslmn	750	Kehidupan Salman (anak laki-laki berusia 5 tahun)

32	@overheardmdc	1.073	Kehidupan di Manado
33	@overheardjudges.id	502	Bidang hokum
34	@overheardgamer	6.852	Kehidupan sebagai pemain game
35	@overheardlaw	1.059	Bidang hokum
36	@overheardupr	892	Kehidupan di UPR (Universitas Palangka Raya)
37	@overheardpky	1.937	Kehidupan di Palangkaraya

Jika dilihat pada tabel di atas, penulis menemukan berbagai akun @overheard dalam bahasa Indonesia yang muncul di Instagram karena kesamaan lokasi, pekerjaan, status, almamater, hobi, hingga organisasi, Tidak hanya kategori di atas, salah satu akun yang ditemukan yaitu @overheardslmn justru hanya berisi percakapan seputar kehidupan personal seorang anak laki-laki. Jumlah pengikut serta interaksi di dalamnya pun beragam. Semakin spesifik penamaan akun media sosial @overheard tersebut, maka semakin spesifik pula konten-konten yang diunggah di dalamnya.

Hal yang menyamakan kehadiran seluruh akun @overheard ini adalah bentuk visual yang mereka sajikan di media sosial Instagram yang hanya berupa teks saja. Selain itu, beberapa akun @overheard memiliki kesamaan yaitu menampilkan teks dengan warna latar belakang yang mayoritas didominasi oleh warna putih dan lokasi tempat didengarnya percakapan tersebut. Gaya bahasa yang ditampilkan pada akun @overheard pun umumnya nonformal, meskipun ada beberapa percakapan yang bergaya bahasa formal tergantung pada lokasi dan siapa saja yang terlibat langsung dalam percakapan tersebut.

Selain itu, siapa saja bisa berkontribusi untuk menyumbangkan ide konten pada akun-akun @overheard ini. Pengguna Instagram manapun dapat dengan bebas mengirimkan konten kepada pemilik akun @overheard, asalkan topik pembicaraan yang diangkat dalam percakapan sifatnya relevan dengan apa yang ditampilkan pada akun tersebut. Akun-akun media sosial ini pun juga memiliki inisiatif yang tinggi untuk mengunggah parodi atau konten yang sedang tren di masyarakat lokal.

Jika dilihat keterkaitan antara konsep ruang publik dan akun instagram @overheard yang kini banyak bermunculan di media sosial Instagram, pengikut akun-akun tersebut dapat dengan bebas menulis komentar yang dapat dibaca oleh siapapun yang mengakses profil akun media sosial instagram @overheard tersebut. Dengan adanya komentar tersebut, interaksi di antara pengguna Instagram juga dapat terjalin.

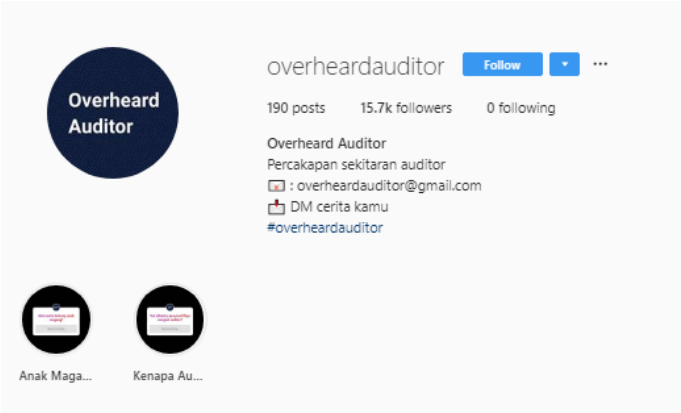
Gambar 1. Unggahan akun instagram @overheardbeauty

Sumber: Instagram @overheardbeauty

Dengan adanya kolom komentar yang sekaligus dapat menjadi bukti interaksi antar pengguna Instagram, akun-akun @overheard dapat disebut ruang publik karena profil-profilnya dapat menjadi ruang virtual yang menjadi tempat sosial di mana lokasi pertukaran makna dan ide dari publik itu sendiri. Empat buah prasayarat yang dinyatakan Habermas agar munculnya ruang publik pun dapat ditemukan dalam akun-akun media sosial @overheard ini, yakni:

1. Status kontributor konten percakapan yang tidak dipermasalahkan. Tidak harus artis, jurnalis, *content creator* atau tokoh masyarakat, siapapun dapat dengan bebas turut berkontribusi dalam akun-akun ini asalkan konten yang dikirimkan menarik dan dinilai mampu meningkatkan *engagement* (*like, comment,* dan *share*) di antara para pengikut akun serta pengguna Instagram tersebut.

Gambar 2. Unggahan akun instagram @overheardauditor



Sumber: Instagram @overheardauditor

Gambar di atas menunjukkan syarat untuk menjadi kontributor pada akun @overheardauditor. Siapapun bisa mengirimkan DM atau *direct message* atau e-mail kepada admin pengelola media sosial tersebut.

2. Bahan yang didiskusikan dalam akun-akun @overheard ini adalah bahan yang belum pernah dipertanyakan sebelumnya karena umumnya bahan konten yang ada di dalam akun ini sebatas berkembang di ranah masyarakat sehari-hari. Bahan-bahan tersebut tidak dapat diangkat di media karena umumnya tidak mengandung nilai berita serta bernada satir (bentuk komedi kebijaksanaan dan kebodohan yang ditampilkan sebagai kelucuan). Salah satu contohnya adalah kejadian di Hari Batik Nasional yang diunggah di akun @overheardjkt.

Gambar 3. Unggahan akun instagram @overheardjkt

Sumber: Instagram @overheardjkt

3. Keputusan yang diambil untuk melakukan diskusi di antara pengikut akun-akun @overheard ini juga diambil berdasarkan atas diskusi yang rasional. Akun-akun @overheard ini memiliki nilai baik dan buruk masing-masing yang telah disepakati oleh para pengikutnya. Nilai baik dan buruk yang ditampilkan dalam masing-masing @overheard berbeda-beda tergantung dari topik pembicaraan akun-akun tersebut. Beberapa akun @overheard pun dapat secara bebas mempublikasikan hal-hal yang bersifat dewasa dan cenderung masih dianggap tabu untuk dibicarakan, misalnya konten-konten dalam @overheardmabok, overheardparty, dan @overheardselingkuh.

Terdapat perbedaan antara kedua akun ini jika dibandingkan dengan akun @overheard lainnya, yaitu kontributor yang tetap dijaga kerahasiaan profilnya. Hal tersebut berguna untuk menjaga tidak terjadi penghakiman terhadap pihak tertentu karena tiga akun tersebut cenderung melenceng dari budaya lokal yang ada di Indonesia. Dua dari tiga akun tersebut pun memiliki warna latar belakang teks yang berbeda dari konsep akun @overheard pada umumnya yang berwarna

putih. Akun @overheardmabok memiliki warna latar belakang hitam, sedangkan akun @overheardselingkuh memiliki warna latar belakang merah muda.

Gambar 4. Unggahan akun instagram @overheardmabok

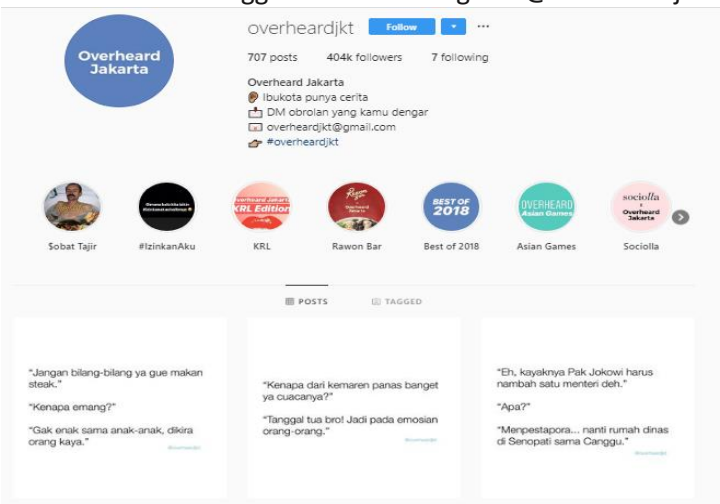
Sumber: Instagram @overheardmabok

Gambar 5. Unggahan akun instagram @overheardselingkuh

Sumber: Instagram @overheardselingkuh

4. Publik yang ada dalam ruang virtual yakni orang yang memantau akun media sosial @overheard pun tidak bersifat eksklusif. Contohnya, siapapun bisa mengakses profil akun @overheard karena akun-akun tersebut bersifat publik.

Gambar 6. Unggahan akun instagram @overheardjkt



Sumber: Instagram @overheardjkt

Gambar di atas menunjukkan bahwa tanpa harus klik tombol *follow* atau mengikuti akun @overheardjkt, pengguna Instagram tetap dapat membuka profil akun tersebut. Oleh karena itu, tidak harus menjadi pengikut media sosial mereka untuk dapat memberikan tanda suka, komentar, atau mengirim dan mengunggah kembali konten-konten @overheard. Jika dilihat dari prosedur perolehan konten pun sama, mereka terbuka kepada publik untuk mengirimkan konten kepada mereka melalui fitur DM atau *direct message* di Instagram serta melalui e-mail yang dicantumkan dalam bio Instagram.

Berkaitan dengan empat ciri-ciri wacana yang dikemukakan oleh Paul Ricoeur sebelumnya, ciri wacana yang pertama menurut Ricoeur adalah pernyataan yang didasarkan oleh waktu dan saat tertentu. Hal ini dengan jelas dapat ditunjukkan dalam akun-akun @overheard yang berkaitan dengan tempat atau momen tertentu.

Gambar 7. Unggahan akun instagram @overheardjkt

Sumber: Instagram @overheardjkt

Dari tampilan konten di atas, pernyataan tersebut muncul karena adanya temporalitas. Wacana lokal yang dapat ditunjukkan adalah waktu diucapkan percakapan tersebut berkaitan dengan waktu pengumuman kabinet baru Presiden Joko Widodo pada Oktober 2019 lalu. Seperti halnya contoh di atas, semua konten yang diunggah oleh masing-masing akun @overheard bersifat temporalitas karena muncul berdasarkan waktu dan saat tertentu.

Selanjutnya, ciri wacana yang kedua, yaitu subjek, menunjukkan bahwa dalam wacana selalu merujuk kepada pembicara, yang selalu mengacu kepada referensial diri. Oleh karena percakapan yang diunggah sebenarnya bersifat personal, tidak semua hal yang diunggah oleh akun-akun @overheard dapat dimengerti oleh audiens serta memiliki keterkaitan dengan orang yang membaca percakapan tersebut.

Gambar 8. Unggahan akun instagram @overheardkampus

Sumber: Instagram @overheardkampus

Jika dilihat contoh percakapan di atas, unsur subjek sangat mempengaruhi wacana yang dibangun karena si pembicara atau kontributor konten ini menyebutkan opsi moda transportasi yang mengacu kepada kehidupan personalnya. Pada kehidupan nyata, meskipun orang-orang yang membaca konten tersebut mengerti adanya opsi tersebut, namun tidak semua orang memiliki pengalaman yang sama dengan orang tersebut.

Selanjutnya, ciri ketiga, yaitu mengacu kepada suatu dunia, adalah menggambarkan dunia seperti situasi yang dinyatakan, digambarkan, dan direpresentasikan oleh pembicara beserta lawan bicaranya. Proses penyebaran dan pertukaran informasi juga dapat dilakukan melalui akun-akun ini, misalnya informasi mengenai suatu produk serta tempat. Pada konten tersebut, merek-merek suatu produk dicantumkan secara eksplisit. Berikut salah satu bukti wacana lokal yang mengaitkan suatu merek kecantikan yang ada di

Indonesia bernama *Nature Republic* yang dikaitkan dengan pendapat pewicara mengenai kondisi negara pada rentang waktu tersebut.

Gambar 9. Unggahan akun instagram @overheardbeauty

Sumber: Instagram @overheardbeauty

Gambar 10. Unggahan akun instagram @overheardjkt

Sumber: Instagram @overheardjkt

Gambar 11. Unggahan akun instagram @overheardkampus

Sumber: Instagram @overheardkampus

Dari tiga contoh di atas, nama-nama produk dan tempat dtulis secara jelas, misalnya *Nature Republic* yang merupakan merek kosmetik asal Korea yang telah memiliki berbagai cabang di Indonesia, Duck Down dan Zodiac yang merupakan nama bar di Jakarta, serta *Halloween party* yang merupakan acara tahunan yang biasa diadakan pada akhir bulan Oktober. Namun, karena wacana lokal yang ada di dalamnya, tidak semua orang mampu memahami makna konten tersebut karena hanya orang-orang tertentu saja yang memiliki wawasan terkait informasi tersebutlah yang mengerti unggahan tersebut. Hal ini juga menunjukkan ciri wacana mengenai mengacu kepada suatu dunia, yakni menggambarkan dunia seperti situasi yang dinyatakan, digambarkan, dan direpresentasikan oleh pembicara beserta lawan bicaranya. Hal ini disertai dengan dialog yang ditandai adanya keterangan waktu, tempat, dan lain-lain.

Ciri keempat, lawan bicara, adalah keterlibatan orang yang ada dalam komunikasi tersebut, selain dunia yang menjadi acuan. Wacana dapat terbangun karena adanya pengetahuan atau kesamaan informasi yang sama-sama diketahui oleh pembicara dan lawan bicaranya seperti pada contoh berikut.

Gambar 12. Unggahan akun instagram @overheardkoass

Sumber: Instagram @overheardkoass

Percakapan yang terjadi di antara mahasiswa koass di atas dapat terbangun karena adanya pengetahuan mengenai pengalaman studi di bidang medis yang sama-sama sudah diketahui oleh keduanya. Penyebutan 'snelli' untuk menggambarkan jas dokter juga menunjukkan wacana lokal.

DISKUSI

Isu-isu personal seperti di atas, yang biasa ditemukan pada kehidupan sehari-hari, sebelumnya tidak memiliki wadah di ranah publik, baik secara konvensional di dunia virtual. Namun semakin kuatnya fungsi media sosial akhirnya media sosial juga berkembang menjadi ruang publik digital dalam berbagai bentuk.

Kebutuhan individu untuk memperoleh hiburan dan informasi serta minat yang kian beragam menjadi pemicu berkembangnya akun-akun @overheard di dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Meskipun begitu, di dalam akun overheard hanya terdapat orang-orang yang berkumpul serta berdiskusi mengenai apa yang hendak mereka diskusikan secara bersama-sama. Namun, tidak ada aksi lebih lanjut karena diskusi yang terbangun hanya sebatas diskusi dan tidak dapat berkembang ataupun mengarah kepada keputusan tertentu.

Jika dilihat dari konten-konten yang ada di @overheard, dapat disimpulkan bahwa akun-akun @overheard di Indonesia tersebut mengandung wacana lokal yang rata-rata berkaitan dengan remaja dan dewasa muda karena berkaitan dengan kontributor sekaligus usia mayoritas pengguna media sosial Instagram. Seperti banyak bentuk teknologi lainnya, adopsi Internet terutama untuk penggunaan sosialnya, digunakan oleh pengguna yang berusia muda. Pengguna yang cukup memiliki akses terhadap digital ini melihat teknologi ini sebagai perpanjangan logis dari metode komunikasi tradisional, dan menganggap media sosial sering kali lebih cepat dan nyaman untuk berinteraksi (Neelamalar & Chitra, 2009).

Terkait wacana lokal yang ada di dalam akun-akun *overheard*, akun-akun tersebut berhasil meyisipkan wacana lokal ke dalam topik pembicaraan masing-masing akun. Namun, tidak hanya menggambarkan nilai-nilai yang dianggap sesuai dengan norma masyarakat mayoritas, peneliti juga menemukan akun-akun *overheard* yang mampu secara gamblang menunjukkan percakapan yang melenceng dari nilai-nilai serta norma yang dianut mayoritas masyarakat di Indonesia. Beberapa akun tersebut adalah @overheardparty, @overheardmabok, dan @overheardselingkuh.

Selanjutnya, penelitian ini dapat juga diteliti dengan teori *uses and gratifications* karena berkaitan dengan peran aktif dari khalayak serta kesadaran mereka untuk berkontribusi langsung pada akun-akun Instagram @overheard tersebut. Hal tersebut disebabkan karena peran seseorang yang secara aktif dilaksanakan ketika mencari informasi yang ada di media baru, seperti di media sosial. Ketika hal itu terjadi, maka tidak ada sesuatu yang dapat mempengaruhi individu tersebut karena kontrol berada pada dirinya secara utuh. Hal ini juga secara jelas mengarah pada seleksi akun profil Instagram mana saja yang

hendak dibuka atau diikuti oleh individu tesebut. Seleksi ini kemudian juga secara jelas menunjukkan ketertarikan atau keterkaitan mereka dengan akun serta informasi yang mengandung wacana lokal di dalamnya.

KESIMPULAN

Keberadaan akun-akun @overheard di Indonesia kian menjamur seiring dengan berkembangnya media sosial Instagram. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya akun @overheard dengan topik pembicaraan yang berbeda dan semakin spesifik. Dari keberadaan akun @overheard ini dapat ditemukan keseragaman pemikiran orang-orang di dunia virtual untuk mengemukakan konten-konten yang sebelumnya hanya ada di ranah personal dan ditemukan pada kehidupan sehari-hari pada khalayak umum. Karena umumnya membahas topik-topik yang berada di ranah personal, akun @overheard ini pun tidak bersifat informatif karena hanya mengungkap hal-hal yang dianggap personal, remeh, dan terkadang hanya membahas topik yang bersifat lokal atau hanya dapat terjadi pada suatu tempat atau profesi yang spesifik.

Jika dikaitkan dengan wacana lokal, keberadaan akun-akun @overheard ini tidak hanya mengangkat isu-isu yang sedang tren atau viral di masyarakat, tetapi juga mengandung hal-hal lain yang lebih dalam di masyarakat. Hal tersebut coba diangkat oleh para pengelola akun, misalnya mengenai standar kecantikan di Indonesia, parodi isu-isu sosial, keluh kesah profesi, hingga permasalahan pribadi yang dapat bersinggungan dengan norma-norma sosial yang ada. Namun sayangnya, karena Instagram ini bersifat ruang publik dalam ranah digital, pengelola akun @overheard ini pun tidak bisa menyaring siapa saja yang mengakses konten-konten tersebut.

Dari topik pembicaraan yang diangkat, akun @overheard tersebut juga dapat menjadi cerminan nilai dan pandangan komunitas virtual karena nilai baik dan buruk juga disepakati secara bersama-sama oleh orang-orang yang berinteraksi di dalamnya. Oleh karena kesepakatan nilai itulah, konten-konten @overheard di Indonesia menjadi semakin beragam, meskipun beberapa akun yang tumbuh subur di antaranya mengunggah konten yang cenderung mengesampingkan norma agama dan norma sosial yang disepakati di masyarakat umum.

Selain memberikan ruang serta umpan dalam bentuk konten, pengelola akun tidak membuat akunnya privat sehingga publik dapat secara bebas mengadakan perbincangan atau berinteraksi pada kolom komentar akun-akun @overheard tersebut.

Sebagai penelitian di bidang komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya penelitian berikutnya yang membahas fenomena munculnya akun-akun @overheard serta bagaimana wacana lokal terbentuk subur di dalamnya. Fenomena akun @overheard yang masih baru menunjukkan bahwa fenomena ini masih terus berkembang sehingga penelitian-penelitian selanjutnya dibutuhkan untuk mengidentifikasi masalah-masalah lain di dalam akun tersebut secara lebih dalam dari berbagai sudut pandang, misalnya dari sudut pandang pemasaran atau budaya. Meskipun media sosial terlah banyak

dibahas sebelumnya, fenomena media sosial yang masih tergolong baru dan masih bersifat dinamis perlu banyak dikaji lebih dalam, khususnya yang membahas akun-akun anonim dengan pengikut yang besar serta dampaknya bagi masyarakat.

REFERENSI

Akram, W. (2018). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, vol. 5(10) pp. 351-354, https://doi.org/10.26438/ijcse/v5i10.351354

Cornock, O. (2018). *The Report: Indonesia 2018*. Oxford Business Group. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=kVSZDwAAQBAJ

Cresswell, John W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. California: Sage.

Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S. (2017). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE: Thousand Oaks.

Goldston, N. (2018). Social Media Sensation Overheard Shares Five Tips On How To Build Your Instagram Business. Retrieved October 25, 2019, from https://www.forbes.com/sites/njgoldston/2018/11/20/social-media-sensation-overheard-shares-five-tips-on-how-to-build-your-instagram-business/#6bc0072f5813

Gora, Radita. (2019). Riset Kualitatif Public Relations. Surabaya: Jakad Media Publishing.

Hardiman, F. B. (2010). *Ruang Publik*. Yogyakarta: Kanisius. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=5qQayADUzLkC

Haryatmoko. (2016). *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis).* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Juddi, M. F., Rahmat, N. S., Hidayat, D. R., Abdullah, A., Sugianto, D., Karlinah, S., & Priyatna, C. C. (2019). *Communication and Information Beyond Boundaries: Seminar Macom III Book Chapter*. Media Akselerasi. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=-ZCnDwAAQBAJ

Kurnia, A. (2017). FENOMENA AKUN ANONIM DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER INFORMASI DAN EKONOMI (Analisis Wacana pada Akun Instagram Lambe Turah). *Journal for Communication and Culture*, *7*, 180–189. https://doi.org/10.36782/jcs.v7i2.1780

Lindlof, T. R., & Taylor, B. C. (2011). *Qualitative Communication Research Methods*. SAGE Publications. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=M4tEdO6LaIwC

Mills, S. (2006). Discourse. London: Routledge.

Nasrullah, Dr. Rulli. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Kencana. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=J-VNDwAAQBAJ

Neelamalar, M., & Chitra, P. (2009). *New media and society: A Study on the impact of social networking sites on indian youth Background of the study*. Estudos em Comunicacao, 6, 125-145.

Scholl, H. (2016). *Instant Profits Guide to Instagram Success*. Hillary Scholl. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=IfX_CwAAQBAJ

Christensen, S. P. (2018). Social Media Use and Its Impact on Relationships and Emotions BYU ScholarsArchive Citation. Brigham Young University. Retrieved from

https://scholarsarchive.byu.edu/cgi/view content.cgi? article=7927&context=etd

Suwendra, I Wayan. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra.

Vurro, M. (2010). *Critical Evaluation of Internet Advertising*. GRIN Verlag. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=du2nOytpTa8C

Wadhwa, M. (2014). *Technology, Innovation, and Enterprise Transformation*. IGI Global. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=Wx-XBQAAQBAJ

Wahid, M. (2015). *Teori Interpretasi Paul Ricoeur*. LKIS PELANGI AKSARA. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=5MJiDwAAQBAJ

Walsh, L. (2018). The Man Behind OverheardLA Is Responsible For Those Funny AF Conversations On Your Feed. Retrieved October 25, 2019, from https://www.elitedaily.com/p/the-man-behind-overheardla-is-responsible-for-those-funny-af-conversations-on-your-feed-12013340

Wiradnyana, K. (2018). *Michel Foucault: Arkeologi Pengetahuan dan Pengetahuan Arkeologi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Retrieved from https://books.google.co.id/books?id=NPliDwAAQBAJ

Wolf, M., Sims, J., & Yang, H. (2018). *SOCIAL MEDIA? WHAT SOCIAL MEDIA?* Retrieved from https://www.ukais.org/resources/Documents/ukais 2018 proceedings papers/paper_4.pdf

Zeitel-Bank, N., & Tat, U. (2014). Social Media and Its Effects on Individuals and Social Systems.