

MITOS *GOOD INFLUENCER* DAN POLITIK CITRA AWKARIN DALAM PUSARAN DEMONSTRASI MAHASISWA MENOLAK RKUHP

Khumaid Akhyat Sulkhan

*Prodi Kajian Budaya dan Media, Universitas Gadjah Mada, Sleman,
Yogyakarta, Indonesia
email: Khumaid.akhyat@mail.ugm.ac.id*

Article Info

Article History

Received 05 Sept 2020

Revised 06 Nov 2020

Accepted 09 Nov 2020

Abstract: *This paper discusses how Awkarin reproduces the myth of good influencers as part of her political image in the student action against the RKUHP on September 24, 2019. With the semiotic method developed by Roland Barthes, the author examines the meaning of denotation and connotation in Awkarin's Instagram photos that record her involvement in the action at Senayan. As a result, the authors found that Awkarin built the image of an influencer who cares about social and political issues and mobilizes all their potential to help the public. However, the myth of the good influencer Awkarin is problematic, because she only involves herself in issues that are popular in society without going into further detail*

Keywords : *Good Influencer, Politics of Image, Awkarin, Student Demonstration.*

Abstrak: Paper ini membahas bagaimana Awkarin mereproduksi mitos *good influencer* sebagai bagian dari politik citranya dalam aksi mahasiswa menolak RKUHP pada 24 September 2019. Dengan metode semiotika yang dikembangkan Roland Barthes, penulis membedah makna denotasi dan konotasi pada foto-foto Instagram Awkarin yang merekam keterlibatannya dalam aksi di Senayan. Hasilnya, penulis menemukan bahwa Awkarin membangun citra *influencer* yang peduli terhadap isu sosial serta politik dan mengerahkan segala potensinya untuk membantu publik. Namun, mitos *good influencer* Awkarin ini menjadi problematik, mengingat ia hanya melibatkan diri pada permasalahan yang sedang populer di tengah masyarakat tanpa mendalaminya lebih jauh.

Kata Kunci: *Good Influencer, Politik Citra, Awkarin, Demonstrasi Mahasiswa.*

PENDAHULUAN

Karin Novilda atau Awkarin sebelumnya dikenal sebagai sosok *influencer* di media sosial dengan citra yang cenderung negatif. Meskipun banyak anak muda mengidolakan Awkarin, tapi di satu sisi, tidak sedikit juga yang menilai konten-konten unggahannya menampilkan gaya hidup dan pergaulan yang bertentangan dengan moralitas masyarakat secara umum. Tidak heran, jika istilah *bad influencer* melekat pada dirinya untuk waktu yang cukup lama. Hal ini karena sejumlah kalangan menganggapnya berpotensi besar memberi pengaruh buruk terhadap gaya hidup anak muda. Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), misalnya, bahkan sampai memberikan teguran terhadap gadis kelahiran Jakarta tersebut. Namun, menjelang akhir Oktober 2018, Awkarin agaknya berusaha menampilkan citra yang berbeda dari sebelumnya dengan menaruh perhatian pada kegiatan-kegiatan bercorak aktivisme. Salah satu momen paling penting dalam proses perubahan citra diri Awkarin adalah demonstrasi mahasiswa menentang RKUHP di Senayan, Jakarta, pada penghujung September 2019.

Demonstrasi di Senayan tersebut dilatarbelakangi oleh Rancangan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana dan Revisi UU KPK yang dianggap tidak pro demokrasi serta mengandung beberapa pasal yang kontroversial. Misalnya, pasal tentang penghinaan presiden dan pasal makar yang merupakan pasal karet. Selain itu, terdapat pula pasal mengenai aborsi yang tidak memihak perempuan korban pemerkosaan dan pasal yang mengancam denda terhadap gelandangan. Oleh karena itu, RKUHP yang sebenarnya tinggal menunggu disahkan DPR pun menuai penolakan di mana-mana sehingga berbagai elemen gerakan pun menggelar

aksi di beberapa daerah, terutama Senayan. Aksi bertagar #Reformasidikorupsi dan semacamnya menjadi bagian dari kekecewaan masyarakat terhadap sikap pemerintah. Kendati demikian, isu tentang RKUHP tersebut tidak hanya menjadi perhatian kalangan pelajar, politisi, atau masyarakat sipil. Beberapa selebritas atau *influencer* turut pula mengikuti isu tersebut. Awkarin, termasuk salah satu di antaranya.

Pada 24 September 2019, Awkarin turun ke jalanan, di tengah riuh demonstrasi mahasiswa di depan Gedung DPR, Senayan, Jakarta. Saat itu, yang ia lakukan adalah membagi-bagikan makanan kepada para demonstran. Berbeda dengan *influencer* lain, seperti Rachel Venya atau Andofi da Lopez, yang cuma sebatas ikut berdemonstrasi. Tidak hanya berhenti di situ, Awkarin juga menginisiasi kegiatan bersih-bersih jalan usai demonstrasi berakhir. Dari seluruh kegiatan tersebut, ia dokumentasikan dalam bentuk foto dan diunggah ke media sosial Instagram.

Partisipasi Awkarin dalam aksi itu menjadi sorotan media pemberitaan dan mendapat respons dari berbagai kalangan. Apa lagi, di dunia maya pun, Awkarin juga menjadi *lead* dari menyebarnya kampanye tagar #diperkosanegara berdasarkan hasil rilis pengamatan pers.droneempit.

Banyak pihak memuji aksi Awkarin, meski tidak sedikit pula yang justru menghujat sembari menudingnya sekadar cuma ingin mendulang pencitraan. Pro-kontra semacam itu jelas tidak bisa dihindari oleh Awkarin, mengingat kariernya sebagai *influencer* media sosial.

Menurut Abidin (2016), *influencer* sosial media adalah seseorang yang mengumpulkan pengikut melalui narasi tekstual dan visual pribadi mereka sehari-

hari, di mana advertorial berbayar—iklan yang ditulis dalam bentuk opini editorial—untuk produk dan layanan ditempatkan. (van Driel & Dumitrica, 2020) melihat *influencer* media sosial sebagai *User Generated Content* yang melanggengkan mitos bahwa demokratisasi media sosial bisa membuat seseorang memperoleh ketenaran dan kekayaan dari apa yang ia sukai. Namun, para *influencer* itu tak sepenuhnya bebas berkreasi. Karena dalam praktiknya, mereka sebenarnya harus berlomba-lomba berebut *audience* dan pengiklan dengan menekankan “autentisitas” atau bisa juga disebut “kekhasan” masing-masing. Pada titik tersebut, para *influencer* itu akan berusaha sebisa mungkin memperkuat citra-citra tertentu dalam diri mereka.

Hal ini, di satu sisi, juga merupakan konsekuensi dari menguatnya budaya masyarakat tontonan (*society of spectacle*) di era dimana kapitalisme kian canggih, dipupuk oleh industri hiburan dan media sosial. Dalam masyarakat tontonan, Debord mengatakan bahwa *spectacle* bukan melulu kumpulan *image* atau citra, melainkan relasi sosial di antara masyarakat yang termediasi oleh berbagai citra (Debord, 2005). Lebih lanjut, *spectacle* ini bersama citra yang ia bawa ada kemungkinan dipakai sebagai rujukan nilai dan tujuan hidup sehingga “tontonan” atau *spectacle* menjadi penegasan dari penampilan (*appearance*) dan identifikasi sosial dengan penampilan (Debord, 2005).

Studi ini akan membahas bagaimana politik citra Awkarin dalam membangun mitos *influencer* yang baik atau *good influencer* melalui postingan-postingannya saat hadir pada aksi menolak RKUHP di Senayan. Sebagai *influencer*, Awkarin selama ini bisa dibilang hidup dalam lingkungan *entertain*, dimana citra atau penampilan adalah sesuatu yang sangat penting untuk menunjukkan siapa dirinya. Dalam praktiknya, citra-citra diri

yang berusaha Awkarin tampilkan dari sosoknya termanifestasi pada setiap konten yang ia posting di media sosial dan menjadi tontonan warganet. Dengan demikian, baik mereka yang punya perspektif untuk mengidolakan maupun membenci Awkarin, sebenarnya cuma berelasi dengan citra-citra pada konten sosok *influencer* tersebut. Studi ini karenanya menjadi penting.

Ketika mengawali karirnya sebagai mikroselebriti di media sosial, banyak orang mengecam postingan-postingan foto Awkarin seperti foto mesra dirinya dengan *influencer* lain, Muhammad Gaga, hingga sejumlah fotonya yang menonjolkan seksualitas dan sensualitas. Tidak heran bila kevlugaran, kebebasan, dan sensualitas yang ia sajikan melalui unggahan di media sosialnya, dinilai menyimpang dari moralitas umum dan berpotensi memberi pengaruh buruk terhadap anak muda. Meski begitu, dalam perjalanan karirnya, tidak cukup bila menyebut Awkarin sebagai sekadar sosok *influencer* dalam kerangka mikroselebriti yang menurut Theresa Senft adalah semacam teknik komunikatif dimana orang-orang yang ingin mendongkrak popularitas melalui web dengan menggunakan teknik video, blog, atau melalui situs jejaring sosial (Senft, 2008). Lebih dari itu, Awkarin tidak lagi semata-mata mengandalkan ketekunan mengelola konten di media sosial, melainkan juga aktif berkreasi di ranah produk *pop culture*, seperti bermusik. Barangkali, Awkarin sudah bisa kita kategorikan sebagai selebritas dalam pengertian yang lebih konvensional. Hal ini sejalan dengan tulisan Douglass Kellner yang mengatakan bahwa selebritas adalah idola massal, dihormati dan dirayakan oleh media. Media menghasilkan selebritas dan tentu saja tokoh-tokoh paling populer yang dipromosikan oleh industri media menjadi selebritas (Kellner, 2009).

Begitu populernya Awkarin dalam industri media, berita-berita tentang kehidupan masa lalunya, yang tidak begitu relevan dengan kepentingan publik, terus-menerus diproduksi karena sensasionalitas dan kontroversial belaka. Oleh sebab itu, sosok Awkarin kemudian lebih dikenal sebagai *bad influencer* dengan *haters* yang cukup banyak. Sampai pada 2018, tepatnya 12 Bulan Oktober, Awkarin membuat pernyataan, yang intinya, ingin berhenti dari Instagram dan hendak menjual akun pribadinya. Ia mengaku lelah dengan *Instagram* yang menurutnya membawa pengaruh kurang baik atau *toxic*. Namun beberapa hari berselang setelah berkata demikian, Awkarin melontarkan pernyataan ke publik bahwa akun Instagramnya itu telah terjual dan sosok yang membeli tidak lain adalah “*The New Awkarin*” alias Awkarin sendiri yang memiliki semacam visi baru. Dengan kata lain, pernyataan “jual akun kepada dirinya sendiri” itu tampaknya menjadi semacam narasi yang maknanya adalah Awkarin hendak melakukan *self re-branding* citranya. Inilah awal mula titik balik Awkarin sebelum kemudian melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan sosial. Beberapa kegiatan sosial awal Awkarin, di antaranya yang diposting, menjadi relawan untuk membantu korban gempa bumi serta tsunami di Palu, Sulawesi Tengah, hingga menggalang dana guna membeli masker untuk masyarakat terdampak kebakaran hutan dan lahan di Kalimantan. Dengan demikian, “*The New Awkarin*” sebagai gerbang menuju sosok Awkarin yang *good influencer*, menunjukkan pada kita bagaimana politik citra bekerja. Strachan dan Kendal (dalam Lalancette & Raynauld, 2017) mendefinisikan politik citra sebagai aktivitas pengembangan strategis penggunaan perangkat simbolik, yang dapat dibangun dengan pesan visual dan verbal, yang memberikan isyarat singkat

kepada *audience* untuk melakukan identifikasi dan peningkatan spesifik terhadap “atribut tertentu” dari individu, organisasi, fenomena, atau suatu perkara. Dalam konteks tersebut, tentu saja, media sosial menjadi kunci untuk seseorang mengubah *self-branding* Awkarin di tengah kultur komunikasi yang semakin dipersiapkan untuk *self-promotion* dan kemenangan individualisme ini (Khamis et al., 2016).

Lebih lanjut, Benett (dalam Lalancette & Raynauld, 2017) mengungkap bagaimana pembentukan citra secara politis ke dalam empat mekanisme utama. *Pertama*, soal *image shaping* atau bagaimana proses pengembangan citra supaya dapat dijangkau secara emosional dan intelektual oleh *audience* yang telah ditargetkan. *Kedua*, *message salience*, bagaimana supaya citra menonjol dengan menekankan poin atau gagasan yang jelas dan spesifik serta mendapat keuntungan dari visibilitas yang tinggi. *Ketiga*, *message credibility*, yang artinya menjadikan kredibilitas sebagai aspek sentral dari pembentukan citra. *Keempat*, *message framing*, yang mengandalkan konstruksi dan sirkulasi narasi—seringkali disebut juga retorika visual. Tujuan mekanisme terakhir ini adalah untuk memobilisasi dan membujuk publik dengan menyoroti atau mengecilkan aspek tertentu dari suatu perkara, fenomena, atau individu, agar memiliki resonansi intelektual dan emosional dengan *audience*.

Sebagai tokoh yang populer di kalangan anak muda, tentu saja, sudah ada beberapa penelitian mengenai sosok Awkarin di Indonesia. Mefita & Yualinto (2018), misalnya, melakukan studi resepsi terhadap *audience* yang mengonsumsi tontonan Awkarin di media sosial. Dalam paper ini, *audience* yang menjadi subjek penelitian cenderung melegitimasi

anggapan bahwa konten-konten postingan Awkarin berpotensi memberi pengaruh buruk kepada para *followers*-nya. Meski begitu, Hutapea, (2019) menemukan bahwa Awkarin sebagai seorang *endorser* mampu memengaruhi publik secara signifikan dalam niat pembelian terhadap produk-produk yang diiklankan. Riset tersebut menunjukkan Awkarin tetap menjadi idola banyak orang, termasuk anak muda sehingga masih di-*endorse* oleh berbagai *brand*, terutama yang berhubungan dengan produk *fashion*. Namun, penelitian-penelitian ini tidak melihat Awkarin dalam perspektif yang cukup kritis atau, paling tidak, mendalami kompleksitas problematisasinya. Oleh karena itu, mereka sekadar mengonfirmasi stigma buruk serta popularitas Awkarin tanpa mendalami masalahnya dengan mendudukan sosoknya, misalnya, dalam kajian ekonomi politik media. Sebagaimana disebutkan oleh Driel dan Dumitrica (2020), *influencer* juga mesti bekerja sambil bernegosiasi dengan keterbatasan *platform* media sosial dan memelihara ekspektasi *followers* serta pengiklan mereka. Untuk itu, memainkan politik citra pun menjadi penting bagi *influencer*. Ini karena, bagaimanapun juga, citra hasil *self-branding* si *influencer* inilah yang kemudian akan dipinjam oleh merek produk, suatu layanan, atau perusahaan sehingga antara selebritas dengan *brand* yang dipromosikan menjadi identik atau saling merujuk (Khamis et al., 2016). Selain itu, di satu sisi, citra *influencer* juga berkelindan dengan popularitasnya. Di sisi lain, popularitas merupakan kunci dari kekuatan ekonomi mereka di era media sosial.

Dalam paper ini, fokus bahasannya adalah mengkaji konten foto Awkarin dalam aksinya pada demonstrasi menolak RKUHP di Senayan sebagai bagian penting dari politik citranya untuk membangun mitos *good influencer* dengan

menggunakan pembacaan semiotika Roland Barthes yang melihat pemaknaan tanda pada dua tahap signifikasi. *Pertama*, denotasi yang terdiri dari *signified* dan *signifier* atau tanda yang bersifat nyata dan objektif. Pada tahap *kedua*, lebih melihat konotasi yang mendapat unsur budaya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Secara sederhana, semiotika adalah kajian tentang relasi tanda yang satu dengan tanda-tanda yang lain seperti relasi tanda-tanda dengan makna-maknanya atau objek-objek yang dirujuknya (*designatum*) atau juga relasi tanda-tanda dengan interpreter-interpreturnya (Budiman, 2011).

Roland Barthes merupakan salah satu tokoh penting dalam perkembangan semiotika. Ia termasuk pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussurean (Sobur, 2009). Bahkan, George Ritzer mengakui Barthes sebagai pengembang utama ide-ide Ferdinand de Saussure pada segala arena kehidupan sosial (Ritzer, 2003). Dalam teorinya, Barthes melihat pemikiran Saussure masih berhenti di level pemaknaan denotatif. Ia pun kemudian mengembangkan gagasan teori semiotikanya ke level “konotatif” yang lebih mendalam. Menurut Barthes (dalam Berger, 2010) denotasi adalah signifikansi level pertama, yang terdiri dari penanda dan petanda, sedangkan konotasi merupakan signifikansi level kedua. Pada level konotasi, rantai penanda dan petanda di level denotasi menjadi penanda, dan selanjutnya berkaitan dengan petanda lainnya pada level pertandaan yang lebih tinggi.

Dalam semiologi Barthes, denotasi yang merupakan signifikansi level pertama ini lebih diposisikan sebagai sistem dengan ketertutupan makna. Karenanya, konotasi hadir sebagai upaya Barthes melawan keharfiahan denotasi yang menindas. Konotasi membuka peluang untuk memahami tanda dan hubungannya dengan kebudayaan. Namun, Barthes memandang sistem konotasi ini identik dengan operasi ideologi, atau yang juga disebut mitos. Menurut Barthes (dalam Budiman, 2011), mitos hadir dalam sistem semiologis tingkat kedua. Tentu saja, mitos di sini tidak selalu mengacu pada mitologi seperti legenda dewa-dewi atau semacamnya. Mitos, bagi Barthes, adalah sebuah cara pemaknaan dan, lebih spesifik, ia menyebutnya jenis pewacanaan atau tipe wicara (Barthes, dalam Storey, 1994).

Pada paper ini, data dikumpulkan melalui observasi dan studi dokumenter. Menurut Sukmadinata (2005), studi dokumenter merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan cara menghimpun serta menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, atau elektronik. Dokumen-dokumen yang dihimpun tersebut kemudian dipilih dan sesuai dengan tujuan dan fokus masalah. Dalam penelitian ini, dokumen yang dikumpulkan berupa foto-foto Awkarin saat terlibat demonstrasi yang ia posting di media sosial berikut *caption* atau keterangan tekstual yang ia ikut sertakan. Bila menggunakan gagasan Barthes, maka teks—dalam artian susunan kata atau kalimat—penting juga untuk diperhatikan. Sebab, ia kerap kali menjadi penambat bagi segenap kemungkinan makna objek, mengarahkan *audience* kepada petanda-petanda atau makna-makna tertentu (Budiman, 2011).

Dalam konteks politik citra Awkarin, penulis perlu melakukan analisis terhadap signifikansi level konotasi guna

melihat bagaimana mitos bersemayam pada foto-foto aksinya ketika membagikan makanan di tengah keriuhan demonstrasi dan sekaligus kegiatan bersih-bersih sampah yang ia lakukan setelah itu. Untuk itu, Roland Barthes telah menyiapkan skema supaya kita bisa menganalisis bagaimana tahapan-tahapan konotasi tersusun. Setidaknya, ada enam tahapan konotasi citra pada foto yang bisa kita gunakan dalam menganalisa postingan Awkarin, mulai dari efek tiruan, pose/sikap, objek, fotogenia, estetisme, dan terakhir sintaksi (Barthes, 1977). Secara rinci penjelasan tentang tahapan-tahapan tersebut adalah sebagaimana berikut:

1. *Tricks effect* (olah digital): tahap ini bertujuan untuk mengungkap foto-foto yang tampaknya cuma mengandung makna denotatif, padahal sebenarnya memiliki muatan-muatan konotatif. *Tricks effect* sendiri secara artifisial adalah memanipulasi objek foto hingga menghasilkan makna tertentu.
2. Pose: lebih melihat sikap dan ekspresi subjek dalam foto.
3. Objek: atribut dalam foto yang dikomposisikan sedemikian rupa sehingga ide yang hendak disampaikan menjadi lebih jelas.
4. Fotogenia: cenderung melihat sebuah bagaimana teknik fotografi turut memengaruhi foto. Seperti exposure, teknik pencahayaan, warna dan teknik *blurring*.
5. Estetisme: berkaitan dengan pengomposisian seluruh gambar untuk memperkuat ideologi atau pesan tertentu. Tahap ini memungkinkan adanya intertekstualitas antar satu foto dengan foto lain, sehingga dari satu foto ke foto

lainnya saling terkait sehingga maknanya juga bisa saling berhubungan.

6. Sintaksis: berkaitan dengan pengulangan penggunaan tanda dalam foto—bisa satu atau beberapa foto.

Lewat konsep yang dikembangkan Barthes ini, penulis akan melihat politik citra Awkarin pada demonstrasi RKUHP dengan menganalisis bagaimana ia menonjolkan *spectacle* dirinya sebagai seorang *influencer* dan bagian dari aksi massa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada 24 September 2019 (gambar 1), Awkarin turun ke jalan di tengah riuh demonstrasi mahasiswa di depan Gedung DPR, Senayan, Jakarta. Karin tidak hanya berkampanye secara verbal atau visual sebagaimana *influencer* lain seperti Rachel Venya atau Andofi da Lopez. Ia membagi-bagikan tiga ribu kotak nasi kepada mahasiswa atau massa dalam aksi tersebut (gambar 2, gambar 3, dan gambar 4). Aksi Awkarin berbagi nasi kotak ketika demonstrasi itu ia posting di akun Instagram resminya dan mendapat sorotan media serta publik.



Gambar 1. Instastory Awkarin yang menunjukkan dirinya sedang menuju lokasi demonstrasi.



Gambar 2. Awkarin membawa nasi yang hendak ia bagikan pada para demostran.



Gambar 3. para pengikut Awkarin yang turut membantu mendistribusikan nasi.



Gambar 4. Awkarin berbagi makanan di tengah demonstran.



Gambar 5. Awkarin sedang berlari hendak membagikan nasi kotak.

Tidak hanya itu, Awkarin juga turut serta membersihkan lokasi demonstrasi dua hari setelahnya seperti ditunjukkan gambar 6. Menariknya, pada gambar 7, Awkarin yang sedang istirahat dari aksi bebersih, memberikan keterangan pentingnya menggunakan sosial media untuk media sosial. Sebuah ungkapan yang aneh karena sebenarnya ungkapan itu

hanya menerjemahkan dari bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia, tapi ditulis dengan cara yang keliru.

Awkarin aktif mendokumentasikan partisipasinya dalam aksi saat itu, entah di instastory maupun feed Instagram Awkarin (<https://www.instagram.com/awkarin/?hl=id>)



Gambar 6. Kegiatan Awkarin dan para pengikutnya membersihkan sampah di Senayan.



Gambar 7. Awkarin sedang beristirahat usai kegiatan bersih-bersih.

Membedah Signifikansi Foto-Foto Awkarin dalam Aksi Menolak RKUHP

1. Tahap Denotasi

Gambar pertama yang Awkarin posting menunjukkan ia sedang dalam perjalanan menuju lokasi demonstrasi. Ia sedang merekam kondisi jalan yang pikuk dari balik mobil. *Caption* atau keterangan di postingan tersebut, menegaskan bahwa Awkarin sampai rela menunda pekerjaan demi mengantar 3000 nasi kotak demi mendukung peserta aksi. Hal ini ia tegaskan lewat keterangan tulisan berbunyi berikut.

“Perjuangan banget mau nganterin 3000 nasi kotak buat kakak2 yg lg demo :)” hari ini sepertinya, semua pekerjaanku harus di post pone demi mengantarkan makanan untuk mereka yang sudah hebat dan lelah seharian di jalan, daakan kami!”

Dalam gambar kedua, tampak Awkarin mengenakan kaus hitam berlempang panjang menentang nasi kota yang terbungkus plastik merah sudah

memasuki kerumunan aksi massa dengan keterangan, *“Perjuangan yang bener bener luar biasa”*. Gambar ketiga, menunjukkan proses penurunan nasi kotak dalam plastik-plastik berwarna merah sedang diturunkan oleh sejumlah orang berpakaian hitam seperti Awkarin dari semacam *truk box*.

Sementara di gambar keempat, latar sudah menunjukkan Awkarin berada di antara kerumunan massa aksi. Terlihat, ia sedang membagikan nasi kotak dari plastik merah yang ia bawa. Sosok Awkarin di foto ini kelihatan sangat sentral, persis di tengah para pemuda, ada yang mengenakan pakaian biasa, ada pula yang mengenakan almamater biru dari suatu universitas. Foto itu juga dibubuhi keterangan yang berbunyi,

“Agenda hari ini di depan gedung DPR. Jangan sekedar tunda RKUHP, TOLAK DAN BATALKAN RKUHP, JANGAN BATASI RUANG GERAK WANITA. Tolong representasikan namamu itu wahai pejabat Dewan PERWAKILAN Rakyat. Mau jadi apa negara ini kalau YANG KAYA MAKIN KAYA, YANG MISKIN MAKIN MISKIN? Buat yang Cuma

koar-koar aksi demonstrasi tidak merubah keadaan lalu kita harus bagaimana? Duduk manis dan diam ketika hak-hak kita DIPERKOSA NEGARA? #TOLAKRRKUHP #SAVEKPK #SEMUABISAKENA”.

Gambar kelima memperlihatkan Awkarin sedang dalam posisi seperti agak berlari di trotoar sambil menenteng dua bungkus plastik besar nasi kotak. Sementara di belakang dan di depannya, tampak para demonstran yang kali ini berasal dari kampus beralmamater hijau. Pada gambar ini, Awkarin membubuhkan keterangan untuk melawan kritik warganet yang menganggapnya sekadar pencitraan.

“Pencitraan. Carmuk. Pahalanya gadapet. Nih gue ketawa ala generasi Z dulu ya AWOKWKWOWKKWKWKWK. Eh cyinnn sini akika kasih tau... BODOAMAT, gapeduli, tujuannya gak nyari sanjungan gak nyari pahala juga, orang saya juga bukan orang yang taat. Saya cuma memaksimalkan potensi saya sebagai seorang manusia untuk membantu makhluk lainnya yang lemah dan tertindas. Saya cuma menggunakan kemampuan saya sebagai influencer untuk menggerakkan influencer-influencer lain dan anak muda lainnya buat ikut peduli dan beraksi.”

Selanjutnya, pada gambar keenam, diperlihatkan aktivitas Awkarin dan para pengikutnya yang membantu petugas kebersihan dalam membersihkan sampah-sampah bekas demonstran.

“Agenda hari ini bersama teman-teman online adalah membantu petugas kebersihan membersihkan sampah bekas demonstrasi 2 hari kemarin hehehe! Terharu banget dan kaget yang ikut banyak sekaliiii lebih dari 50 orang! Tadinya kupikir yang datang cuma beberapa orang and you

guyz amazed me! Terima kasih teman-teman untuk hari ini, kalian hebat! Semoga yang kita lakukan hari ini bisa bermanfaat bagi sesama! See ya on our next social movement!”

Pada gambar ketujuh, terlihat ia dan para pengikutnya sedang beristirahat, bersandar pada sebuah tembok pagar, usai kegiatan tersebut dengan *caption* berupa keterangan, “*Ngaso dulu sister. Thanks ya nax nax rebahan yang ikut berpartisipasi hari ini. Gunakan sosial media untuk media sosial!”*

2. Tahap Konotasi

Pada lapisan tanda kedua ini, penulis melihat tahap-tahap konotasi dengan menggunakan konsep yang dikembangkan oleh Barthes.

1. *Trick effect*. Pada tahap ini, penulis tidak melihat adanya manipulasi secara artifisial baik dalam perpaduan dua gambar atau semacamnya pada masing-masing tujuh foto tersebut.
2. *Pose*. Dari tujuh foto yang dianalisis, empat di antaranya menonjolkan Awkarin sebagai subjek secara visual. Hal itu terlihat dalam gambar dua, empat, lima, dan tujuh. Dengan baju hitam mencolok, sambil membawa nasi kotak, baik yang masih berada di dalam plastik merah besar, atau yang sudah dikeluarkan, serta bagaimana kamera membidiknya persis di tengah kerumunan massa aksi, membuat posisi Awkarin tampak sentral dan, dengan demikian, memperkuat kesan heroiknya sebagai bagian dari demonstran. Sementara dari sisi ekspresi atau mimik wajah, foto-foto tersebut menunjukkan keseriusan Awkarin dalam aksi sehingga ia sama sekali tak menoleh ke arah kamera dan

fokus dengan kegiatan bagi-bagi nasi kotaknya.

3. Objek. Dalam foto-foto Awkarin saat aksi, kita bisa melihat berbagai objek atau atribut dikomposisikan sedemikian rupa untuk menonjolkan sosok selebritas tersebut. Misalnya, di gambar pertama, kita melihat Awkarin memotret mobil-mobil di jalanan sewaktu menuju ke lokasi aksi atau memperlihatkan nasi kota dalam bungkus plastik yang tampak hampir di setiap unggahan. Komposisi foto mobil di jalanan pada gambar pertama dan keterangan yang ada memperkuat pesan bahwa Awkarin lebih mementingkan urusan “menolak RKUHP” ketimbang pekerjaan. Sementara komposisi nasi kotak yang ia tenteng serta dibagi-bagikan pada gambar kedua, keempat, dan kelima, memperkuat kesan kepeduliannya terhadap massa aksi. Objek di sini juga mengacu pada pengikut Awkarin yang, secara komposisi, diposisikan lebih subordinat. Misalnya, karena mereka direpresentasikan sebagai pengikut yang manut saja dengan inisiatif Awkarin membersihkan lokasi bekas aksi.
4. Fotogenia. Karena foto-foto yang penulis ambil kebanyakan *outdoor*, maka teknik pencahayaan tidak terlalu menonjol. Bahkan, cenderung biasa. Kamerawan tampaknya lebih mengandalkan komposisi dan eksposur untuk memperkuat pesan yang hendak Awkarin sampaikan mengenai bagaimana *good influencer*.
5. Estetisme. Foto-foto di Instagram Awkarin dalam konteks aksi massa pada September 2019 saling berkelindan dan menjadi satu narasi cerita tersendiri tentang bagaimana

seorang *good influencer* berjuang demi membagikan nasi kotak kepada para peserta aksi massa.

6. Sintaksis. Dalam foto-foto Awkarin, mudah menemukan tanda yang diulang-ulang. Misalnya, nasi kotak dibalut plastik merah besar dihadirkan sebagai bagian dari ‘pembendaan’ atas citra Awkarin sebagai *good influencer*. Selain itu, kita juga bisa menemukan penggunaan tagar kampanye yang diulang seperti #TOLAKRKUHP #SAVEKPK #SEMUABISAKENA# untuk mempertegas posisi sang *influencer* dalam konteks tersebut.

Mitos Good Influencer

Bagian ini akan membahas bagaimana mitos *good influencer* yang direproduksi oleh Awkarin melalui postingan foto-foto partisipasinya dalam aksi menolak RKUHP berikut *caption* yang menyertainya di media sosial Instagram.

Secara garis besar, postingan-postingan Awkarin di media sosial Instagram itu membentuk narasi heroik Awkarin untuk menghadiri aksi dengan cukup dramatik. Kita bisa lihat bagaimana dramatisasi Awkarin dalam menyusun cerita mulai dari meninggalkan pekerjaannya sementara demi mengikuti aksi massa, membagikan nasi kotak kepada demonstran, lalu berakhir dengan bersih-bersih di sekitar lokasi aksi dua hari kemudian, dengan tetap memosisikan sosoknya sebagai sentral dari semua kegiatan itu secara visual. Jalinan antartanda, baik secara visual maupun tekstual (kalimat), inilah yang lalu menggiring kita pada pewacanaan atau mitos *good influencer*.

Good influencer, dalam konteks ini, diwacanakan oleh Awkarin sebagai

influencer yang tanggap terhadap perkembangan isu sosial dan politik di tengah masyarakat. Untuk itu, si *influencer* mesti memanfaatkan potensi apa saja yang ia miliki: *followers*, uang, dan popularitasnya. Hal ini diperkuat dengan *caption* pada gambar kelima di Instagram Awkarin, yang berbunyi sebagai berikut.

“*Saya cuma memaksimalkan potensi saya sebagai seorang manusia untuk membantu makhluk lainnya yang lemah dan tertindas. Saya cuma menggunakan kemampuan saya sebagai influencer untuk menggerakkan influencer-influencer lain dan anak muda lainnya buat ikut peduli dan beraksi.*”

Awkarin mewujudkan mitos *good influencer* tersebut dengan berpartisipasi langsung ke tempat aksi. Sementara “potensi” atau “kemampuan” yang ia maksud termanifestasi pada cara bagaimana ia secara persuasif mengajak para *followers*-nya atau sesama *influencer* media sosial untuk ikut menyuarakan “Tolak RKUHP” lewat kampanye-kampanye tagar dan, terutama, dramatisasi foto-fotonya baik di Instastory maupun *feed* Instagram. Tidak hanya itu, Awkarin juga memanasikan potensi *influencer*-nya dalam bentuk nasi kotak yang dibagi-bagi kepada para demonstran dan membersihkan lokasi aksi.

Melalui postingan serta *caption* di media sosialnya, Awkarin menaturalisasi mitos *good influencer* dengan membangun citra tentang *influencer* yang peduli terhadap permasalahan sosial tanpa keinginan melakukan pencitraan atau menaikkan popularitas dan mendulang *followers*. Selain itu, kepedulian ini pun tidak hanya cukup termanifestasi dalam sikap saja. Kepedulian juga harus diwujudkan dengan aksi, kampanye, mengajak para *followers* agar terlibat

dalam isu yang jadi konsen, dan, yang tidak kalah penting, “pembendaan” dukungan lewat pemberian-pemberian atribut tertentu kepada *audience* atau mereka yang melibatkan diri dalam isu tersebut. Nasi kotak sebagai bentuk dukungan Awkarin kepada para demonstran, salah satu di antaranya.

Sepintas, mitos *good influencer* yang Awkarin bangun, terutama pada citra dirinya sendiri, memang kelihatan cukup kredibel. Namun, terdapat beberapa hal yang problematis berkaitan dengan partisipasinya dalam aksi. Bagian selanjutnya, akan membahas hal tersebut.

Politik Citra Awkarin dan Ekonomi-Politik *Influencer* Media Sosial

Bagaimana Awkarin membangun mitos *good influencer* pada dirinya, diakui atau tidak, merupakan salah satu bentuk implementasi politik citra. Awkarin yang sebelumnya dikenal sebagai *influencer* dengan citra buruk dan kerap disorot oleh media-media pemberitaan secara negatif, saat itu menuai apresiasi dan pujian di mana-mana berkat aksinya membagi makanan kepada para demonstran penolak RKUHP.

Tentu saja, hal ini tidak bisa kita lepaskan begitu saja dari wacana “*The New Awkarin*” sebagai titik balik bagi sosok Karin yang hendak menampilkan citra berbeda mengenai dirinya. Bila selama ini, publik mengenal sosok Awkarin yang bebas, mengumbar seksualitas, kontroversial, dan melanggengkan konsumerisme, maka *The New Awkarin* menjadi istilah bagi Awkarin yang lebih peduli terhadap permasalahan sosial. Pada satu sisi, ia tetap menjaga popularitasnya sebagai *influencer*, tapi di sisi lain, ia juga bergerak di ranah aktivisme atau volunterisme.

Aksi menolak RKUHP di Senayan menjadi salah satu momen yang cukup

penting bagi legitimasi citra baru Awkarin. Ismail Fahmi melalui platform berbasis *big data Drone Emprit*, pers.droneemprit.id, misalnya, menerbitkan hasil analisis media sosial dalam konteks menguatnya isu tolak RKUHP dari 23-24 September 2019 dan data tersebut menunjukkan bahwa akun Twitter Awkarin termasuk yang sangat berpengaruh di klaster generasi Z serta K-Poppers. Selain itu, aksi Awkarin juga menarik berbagai media pemberitaan.

Salah satu media yang selama ini dipandang cukup kredibel dan kritis, Tirto.id, bahkan merilis sebuah artikel untuk “mengglorifikasi” partisipasi Awkarin. Dalam artikel yang ditulis Faisal Irfani, berjudul *Awkarin Penuh Dosa, Kalian Suci Apa Adanya*, Awkarin bahkan disebut-sebut sebagai representasi generasi-Z dan aktivisme memang tidak bisa dilepaskan dari sosoknya (Irfani, 2020). Artikel ini, disadari atau tidak, telah ikut menyumbang naturalisasi Awkarin sebagai *influencer* yang lekat dengan aktivisme.

Popularitas kampanye Awkarin di media sosial dan bagaimana media mengglorifikasinya, menunjukkan bahwa *influencer* tersebut sukses memainkan politik citranya sendiri. Ia berhasil mengembangkan mitos *good influencer* melalui unggahan fotonya di Instagram. Membuat citranya menonjol dengan tetap menekankan persoalan utama, yakni perjuangan menolak RKUHP sehingga, di saat bersamaan, Awkarin pun tampak cukup kredibel dan mendapat pemberitaan yang positif di mana-mana. Selain itu, ia juga berhasil memobilisasi dan membujuk massa untuk bergerak bersamanya. Ini dibuktikan dengan kehadiran para *followers* Awkarin saat *influencer* tersebut mengadakan kegiatan bersih-bersih sampah bekas demonstran.

Glorifikasi atas perwujudan mitos *good influencer* yang Awkarin bangun,

pada titik ini, bisa dibilang kuat. Implikasinya, ia jadi tampak benar-benar tulus membantu publik menyuarakan aspirasinya. Namun demikian, ada beberapa hal yang bisa kita problematisasi berkaitan dengan aksinya.

Pertama, perhatian Awkarin gagal memahami betul-betul isu RKUHP. Misalnya, dalam gambar keempat, Karin menulis *caption*,

“Jangan sekedar tunda RKUHP, TOLAK DAN BATALKAN RKUHP. JANGAN BATASI RUANG GERAK WANITA. Tolong representasikan namamu itu wahai pejabat Dewan PERWAKILAN Rakyat. Mau jadi apa negara ini kalau YANG KAYA MAKIN KAYA, YANG MISKIN MAKIN MISKIN?”

Bila kita cermati keterangan tersebut, Karin terkesan belum begitu jelas mengetahui duduk perkara RKUHP. Pada tuntutan pertama, ia berkata agar RKUHP dibatalkan. Akan tetapi, pada tuntutan berikutnya, ia bilang tentang jangan batasi ruang gerak wanita. Padahal topik pembatasan ruang gerak perempuan bukan termasuk *concern* penolakan RKUHP. Ada pun mengenai isu wanita, dalam wacana RKUHP, ialah tentang pasal aborsi yang dinilai akan merugikan korban perkosaan. Selain itu, ada pula pernyataan Karin di gambar kelima yang merupakan responsnya atas komentar negatif warganet, bunyinya sebagai berikut.

“Saya cuma memaksimalkan potensi saya sebagai seorang manusia untuk membantu makhluk lainnya yang lemah dan tertindas”. Siapakah yang disebut lemah dan tertindas oleh Awkarin dalam kaitannya dengan demonstrasi?

Barangkali yang dimaksud Karin adalah masyarakat sipil dari kelas menengah ke bawah. Mengingat, di *caption* sebelumnya, Karin juga menyinggung soal kemiskinan. Namun,

hal ini pun jadi problematik, mengingat Karin sendiri menjadi bagian dari industri yang kapitalistik dengan memperkuat dan melanggengkan budaya konsumtif dalam masyarakat.

Problem kedua, Awkarin hanya mempertontonkan keterlibatan aktivismenya pada isu-isu yang populer semata. Dari sejak menjadi relawan untuk membantu korban gempa dan tsunami di Palu serta membantu memadamkan kebakaran hutan dan lahan di Kalimantan sampai ikut aksi menolak RKUHP, semua keterlibatan aktivismenya, yang ia posting di Instagram adalah isu-isu yang memang tengah jadi perbincangan khalayak saat itu. Isu-isu tersebut pada akhirnya turut memperkuat citra *good influencer*-nya dan, diakui atau tidak, juga berpengaruh terhadap popularitas Awkarin. Ini membuat ia menjadi perbincangan, sekaligus melegitimasi politik citranya.

Dalam kehidupan *influencer* media sosial, penting untuk melihat posisi seorang *influencer* sebagai sosok yang perlu memelihara autentisitas (keaslian) yang membedakannya dengan *influencer* lain. Pada kondisi demikian, ia perlu bernegosiasi dengan *followers*-nya melalui politik citra. Karena bagaimanapun juga, ia dan para *followers*-nya terhubung lewat relasi citra-citra. Politik citra ini, di satu sisi, juga menjadi kunci utama dalam membangun popularitas. Sementara popularitas itu sendiri, merupakan syarat wajib bagi perkembangan ekonomi politik seorang *influencer* di media sosial.

Pada praktiknya, seorang *influencer* sebenarnya juga melakukan hal yang tidak jauh berbeda dari media *mainstream*: ia mengkomodifikasi konten serta *audience*. Vincent Mosco, dalam *The Political Economy of Communication*, komodifikasi merupakan proses transformasi dari sebuah produk atau jasa untuk dipasarkan dan mempunyai nilai

tambah untuk dipertukarkan (Mosco, 2009). Proses tersebut dimulai ketika pelaku media mengubah pesan sedemikian rupa melalui teknologi tertentu menuju sistem interpretasi yang penuh makna sampai menjadi sebuah pesan yang *marketable*.

Komodifikasi sering dikaitkan dengan komersialisasi, meski kenyataannya ada perbedaan kecil di antara keduanya. Komersialisasi merujuk kepada nilai tukar ekonomi saja, sedangkan komodifikasi merujuk pada semua nilai tukar. Konsep yang Mosco tulis ini juga cukup relevan untuk membaca ekonomi politik *influencer* di media sosial. Pada satu sisi, *influencer* mengomodifikasi isi (*content*) dengan proses mengubah pesan dari kumpulan informasi ke sistem makna dalam wujud produk yang bisa cepat populer dan kemudian memiliki nilai tukar yang tinggi sehingga bisa merebut mengundang orang untuk jadi pengikutnya. Sesudahnya, *influencer* pun melakukan praktik komodifikasi khalayak (*audience*) Pada proses ini, *influencer* menjaring khalayak (*followers*) melalui konten postingan mereka, sebanyak-banyak. *Followers* atau pengikut inilah yang dapat dijual kepada pengiklan. Dalam konteks Awkarin, diakui atau tidak, politik citra dan partisipasinya dalam aksi menolak RKUHP yang cukup populer pun mendukung praktik komodifikasi tersebut.

KESIMPULAN

Partisipasi Awkarin dalam aksi menolak RKUHP di Senayan pada September 2019 lalu menjadi pembicaraan di berbagai media. Dalam aksi tersebut, Awkarin membagikan ribuan nasi kotak kepada para demonstran dan membersihkan area bekas demo dua hari setelahnya.

Aktivitas Awkarin di aksi tersebut, diakui atau tidak, merupakan bagian dari politik citranya sebagai seorang *influencer*. Dengan menonjolkan sosoknya secara dramatik dan isu yang jadi fokus utama di waktu bersamaan, Awkarin tak hanya membalik persepsi publik atas dirinya yang cenderung negatif, tetapi juga sekaligus memperkuat mitos *good influencer*. Melalui postingan foto-foto dan *caption* yang menyertainya, Awkarin membangun narasi tentang *good influencer*. Ia mewacanakan seorang *influencer* yang peduli terhadap permasalahan sosial dan politik, serta mempergunakan segala potensi yang ia miliki untuk mendukung publik. Manifestasi yang ia maksud dalam mitos tersebut adalah mengajak para pengikutnya untuk menolak RKUHP secara persuasif berikut kampanye melalui media sosial. Selain ajakan, “pembedaan” dari wacana kepedulian itu juga penting. Dengan postingan-postingannya, Awkarin menaturalisasi tentang adanya sosok *good influencer* pada dirinya.

Dalam kajian *influencer* yang lebih kritis, politik citra ini pada akhirnya berimplikasi terhadap diri *influencer* tersebut. Utamanya, dalam hal autentisitas atau keaslian. Sebab, seorang *influencer* mesti

menekankan distingsi dengan *influencer* lain melalui kekhasan masing-masing. Karena dengan jalan itulah, mereka bisa menarik orang untuk menjadi pengikut. Pada titik inilah, politik pencitraan merupakan proses yang penting dan berperan kuat dalam membentuk popularitas seorang *influencer*. Dengan kata lain, kita tidak bisa meyakini begitu saja mitos *good influencer* yang diwacanakan oleh Awkarin. Hal ini diperkuat oleh temuan penulis bahwa Awkarin hanya menampilkan keterlibatannya sebagai aktivis atau volunteer dalam masalah-masalah sosial yang populer dan tengah menjadi perbincangan khalayak. Seperti gempa dan tsunami di Palu, kebakaran hutan di Kalimantan, dan aksi menolak RKUHP. Perkara yang penulis sebut terakhir itu juga terkesan kurang dialami isunya oleh Awkarin. Oleh sebab itu, kita pun bisa melihat kecenderungan Awkarin sebagai *influencer* yang tetap memilih masalah sosial untuknya terlibat sebagai aktivis tanpa mendalaminya. Isu-isu populer yang Awkarin pilih terbukti memengaruhi citra sekaligus popularitasnya dan, dengan demikian, berpengaruh pula terhadap praktik ekonomi politiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2016). Abidin CVisibility labour: Engaging with influencers’ fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia*, 161(1), 86–100.
- Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. Fontana.
- Berger, A. A. (2010). *Pengantar semiotika: Tanda-tanda dalam kebudayaan Kontemporer*. Tiara Wacana.
- Budiman, K. (2011). *Semiotika visual: Konsep, isu, Dan problem ikonisitas*. Jalasutra.
- Debord, G. (2005). *The Society of Spectacle*. Rebel Press.

- Hutapea, D. N. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian Selebgram Terhadap Minat Pembelian di Media Sosial Instagram. *Jurnal Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(2), 1–19.
- Irfani, F. (2020). “Awkarin Penuh Dosa, Kalian Suci Apa Adanya.” <https://tirto.id/awkarin-penuh-dosa-kalian-suci-apa-adanya-ejR7>
- Kellner, D. (2009). Barrack Obama and Celebrity Spectacle. *International Journal of Communication*, 3(1), 715–741.
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2016). . (2016). Self-branding, ‘micro-celebrity’ and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208.
- Lalancette, M., & Raynauld, V. (2017). The power of political image: Justin Trudeau, Instagram, and celebrity politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888–924.
- Mefita, S., & Yualinto, M. (2018). Fenomena Gaya Hidup Selebgram: Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin. *Interaksi Online*, 6(4), 567–573.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Ritzer, G. (2003). *Teori Sosial Postmodern* (Penerj. Muhammad Taufiq). Kreasi Wacana.
- Senft, T. . (2008). *Camgirls: celebrity and community in the age of social networks*. Peter Lang.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Rosdakarya.
- Storey, J. (1994). *Cultural Theory and Cultural Culture: A Reader*. Harvest Heartsheav.
- Sukmadinata, N. S. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.
- van Driel, L., & Dumitrica, D. (2020). Selling brands while staying “Authentic”: The professionalization of Instagram influencers. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 135485652090213. <https://doi.org/10.1177/1354856520902136>