

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perubahan media digital telah membawa dampak yang signifikan beberapa tahun terakhir. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi platform distribusi informasi, akan tetapi pada cara penelitian dan penyampaian konten. Dengan semakin dominannya internet sebagai sumber informasi utama, terutama melalui media sosial, situs berita daring dan aplikasi pesan instan, penelitian konten telah mengalami transformasi untuk menyesuaikan dengan preferensi dan pola konsumsi khalayak masa kini.

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat telah merubah secara fundamental cara interaksi dan pertukaran informasi dalam masyarakat modern. Everett M. Rogers dalam bukunya *Communication Technoogy: The New Media In Society* (1986: 1-5) mengemukakan bahwa teknologi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat fisik dalam struktur organisasi, akan tetapi mengandung nilai-nilai sosial yang signifikan. Pada dasarnya teknologi komunikasi tidak hanya memfasilitasi pengumpulan, pemrosesan, dan pertukaran informasi dengan efisiensi yang tinggi, melainkan memiliki dampak mendalam pada dinamika sosial dan budaya dalam masyarakat.

Perubahan-perubahan signifikan dalam cara individu berinteraksi dan berkomunikasi telah terjadi karena munculnya internet sebagai media komunikasi

modern. Saat ini, dunia terasa lebih kecil dan lebih mudah dinavigasi karena kemajuan teknologi, khususnya media sosial, yang memungkinkan hampir semua orang memiliki akses komunikasi yang lebih cepat dan efisien.

Media sosial telah menjadi elemen paling dominan dalam kehidupan sehari-hari. Platform seperti Instagram, X, Whatsapp, dan Facebook tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi melainkan sebagai alat untuk membangun citra diri dan mengelola interaksi sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010: 59) mendefinisikan media sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna. Definisi ini menunjukkan bahwa media sosial memberikan pengguna kemampuan untuk berkontribusi secara aktif dalam penciptaan informasi, bukan sekadar sebagai penerima pasif.

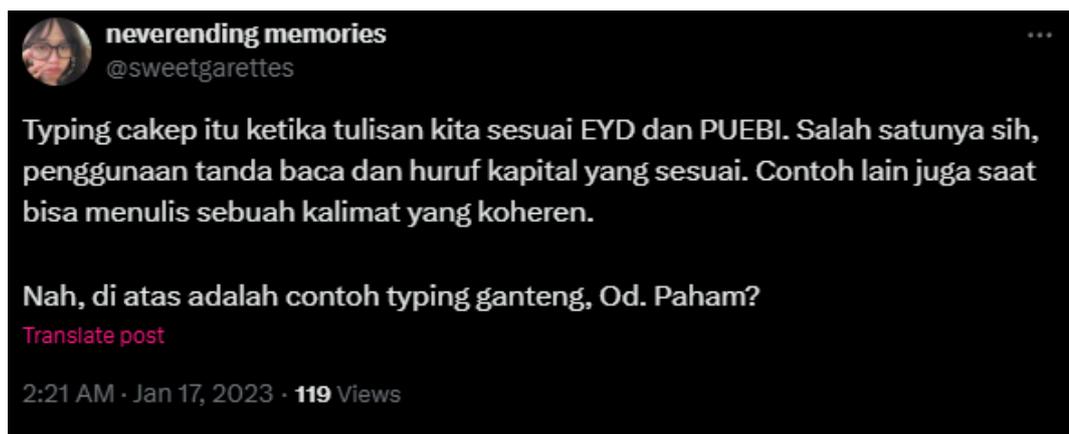
Media sosial telah berkembang menjadi satu pilar utama dalam komunikasi digital dan kehidupan sosial masyarakat modern. Menurut data *We Are Social & Hootsuite* (2024), lebih dari 5,04 miliar pengguna di seluruh dunia aktif di media sosial, yang menunjukkan betapa pentingnya platform ini sebagai sarana utama untuk interaksi sosial. Fenomena ini dapat dipahami sebagai respons terhadap tuntutan interaksi *online*.

Seiring dengan transformasi tersebut, interaksi di media sosial juga mengalami perubahan dalam hal cara individu menyajikan diri dan menarik perhatian orang lain. Salah satunya yang muncul di kalangan pengguna media sosial, khususnya di kalangan anak muda yaitu '*typing ganteng*'. Fenomena ini merujuk pada strategi

atau perilaku seseorang yang sengaja mengetik pesan dengan harapan terlihat lebih menarik di mata penerima pesan.

Fenomena '*typing ganteng*' muncul seiring dengan berkembangnya media sosial dan budaya digital yang sangat memengaruhi cara berkomunikasi di dunia maya. Istilah '*typing ganteng*' merujuk pada gaya penulisan yang sengaja dibuat rapi, terstruktur, dan lebih berkesan formal meskipun dalam konteks informal. Fenomena ini bisa dipahami sebagai salah satu cara individu untuk membentuk citra diri yang lebih menarik di media sosial. Gaya penulisan ini mulai dikenal luas sekitaran tahun 2018-2019 yang dipopulerkan oleh Ivan Lanin, seorang yang melabeli dirinya sebagai *Wikipediawan* pencinta bahasa Indonesia. Ivan membagikan ilmunya terkait tata bahasa Indonesia sesuai EYD melalui platform media sosial *Twitter* (atau sekarang lebih dikenal dengan X).

Gambar 1. 1. Contoh Fenomena *Typing Ganteng*



Sumber: X

Melalui unggahan seperti ini, fenomena '*typing ganteng*' semakin mendapat perhatian di kalangan pengguna media sosial. Unggahan tersebut menunjukkan

bahwa gaya komunikasi yang terlihat sederhana dapat memberikan kesan tertentu kepada pembaca. Fenomena ini tidak terlepas dari tren yang berkembang di mana aspek estetika dalam komunikasi menjadi salah satu nilai yang dianggap penting. Dalam konteks *'typing ganteng'*, estetika tersebut diwujudkan melalui perhatian terhadap detail dalam penelitian, yang meskipun terlihat formal akan tetapi menyisipkan kesan ramah dan sopan. Unggahan-unggahan yang dapat merepresentasikan fenomena ini memberikan gambaran nyata bahwa bahasa dapat berfungsi sebagai alat strategis dalam interaksi sosial di dunia maya, sekaligus dapat mencerminkan bagaimana norma bahasa formal dapat beradaptasi menjadi tren yang diterima dan diapresiasi oleh masyarakat luas.

Rosenberg dan Egbert diterjemahkan oleh Andi Setiawan (Andi Setiawan 2023:45-67), dalam buku *Self Presentation in the Digital Age*, mengungkapkan bahwa pengelolaan impresi di media sosial semakin kompleks karena berbagai fitur interaktif sosial yang memungkinkan untuk mengontrol persepsi publik. Pada konteks ini, *'typing ganteng'* merupakan salah satu strategi yang digunakan individu untuk menyampaikan citra menarik dan positif dengan memanfaatkan berbagai fitur komunikasi yang ada di platform digital.

Fenomena *'typing ganteng'* muncul dari perkembangan komunikasi digital yang terus berkembang pesat, terutama di media sosial. Pada awalnya, media sosial seperti Facebook, X, WhatsApp dan juga Instagram digunakan sebagai sarana komunikasi informal, di mana penelitian yang santai dan tidak beraturan menjadi hal yang umum. Namun, seiring dengan meningkatnya pengguna media sosial, muncul kesadaran bahwa cara penelitian juga berperan penting dalam membentuk

citra diri. Seperti yang dijelaskan oleh Ivan lanin yang menekankan bahwa dalam komunikasi digital, penampilan tulisan tidak hanya sekedar soal isi, akan tetapi mencerminkan identitas dan tingkat keseriusan penggunanya. Fenomena ini berkembang seagai respons terhadap tuntutan masyarakat digital yang semakin peduli terhadap citra diri, dimana gaya penulisan yang tertata dianggap sebagai simbol kecerdasan, profesionalitas, dan kontrol diri.

Penelitian Pew Research center (2022) menyebutkan bahwa 64% generasi muda merasa penting untuk menjaga citra mereka di media sosial, termasuk melalui penggunaan bahasa yang lebih formal dan rapi. Gaya '*typing ganteng*' juga dipengaruhi oleh globalisasi, di mana pengguna media sosial sering terpapar pada gaya penulisan profesional dari berbagai budaya. Studi ini menunjukkan bahwa tulisan yang terstruktur dengan baik dapat memperkuat kredibilitas pengirim pesan dan meningkatkan efektivitas komunikasi.

Fenomena ini juga berakar dari budaya pencitraan diri yang semakin kuat di media sosial. Pengguna, terutama generasi milenial dan Gen Z, sangat sadar akan bagaimana mereka terlihat dan dinilai oleh orang lain. Studi menunjukkan bahwa gaya komunikasi digital mempengaruhi persepsi audiens terhadap kredibilitas dan daya tarik seseorang. Penjelasan ini menegaskan bahwa gaya penulisan di media sosial kini dianggap sebagai bagian dari identitas digital yang dibangun oleh penggunanya.

Fenomena '*typing ganteng*' mencerminkan adanya penyesuaian gaya penulisan guna menciptakan citra yang lebih profesional dan menarik di media

digital. Gaya komunikasi ini muncul sebagai respons terhadap ekspektasi sosial di ruang digital, di mana teks sering kali menjadi kunci pembentukan kesan pertama.

Androutsopoulos (2006) dalam penelitiannya tentang praktik multibahasa dan gaya penulisan di media digital menunjukkan bahwa gaya berkomunikasi termasuk penggunaan bahasa dan cara mengetik, merupakan alat utama bagi seseorang dalam membangun citra diri di ruang digital. Dalam konteks ini, fenomena '*typing ganteng*' dapat dipahami sebagai strategi presentasi diri, di mana pengguna secara sadar memilih gaya pengetikan tertentu untuk menciptakan kesan yang positif dan menarik di mata audiens. Pada penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa fenomena ini tidak sekadar merupakan tren pengetikan yang populer, melainkan bagian strategi komunikasi yang bertujuan memengaruhi persepsi orang lain dalam konteks interaksi sosial digital.

Gaya penulisan yang terstruktur dan estetis tidak hanya membantu penerima teks untuk menangkap makna pesan dengan lebih baik, akan tetapi dapat membuat membacanya menjadi menarik. Dengan demikian, '*typing ganteng*' menjadi peran penting dalam menjembatani kesenjangan komunikasi akibat berkurangnya interaksi secara langsung. Fenomena ini menjadi sangat relevan, mengingat semakin banyaknya individu yang berkomunikasi melalui teks dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi secara tertulis menjadi faktor penentu dalam menjaga efektivitas dan kejelasan dalam berinteraksi di dunia digital.

Dari perspektif psikologis, penelitian yang dilakukan oleh Vanburg dan Peter pada 2011 dalam artikelnya yang berjudul “*Online Communication Among Adolescents: An Integrated Model of Its Attraction, Opportunities, and Risk*” menunjukkan bahwa interaksi di media sosial dapat mempengaruhi cara individu memandang diri sendiri dan identitas yang ditampilkan. Dalam konteks ini, komunikasi sering terjadi tanpa tatap muka, pengguna memiliki kebebasan untuk memiliki aspek tertentu dari diri yang ditampilkan yang berpotensi untuk mempengaruhi persepsi orang lain. Oleh karena itu, fenomena ‘*typing ganteng*’ muncul sebagai salah satu cara mahasiswa untuk mengekspresikan diri mengatur citra di media sosial.

Mahasiswa merupakan subjek yang relevan untuk diteliti dalam konteks fenomena ‘*typing ganteng*’ di media sosial, mengingat posisinya sebagai pengguna aktif teknologi komunikasi digital. Generasi yang tumbuh di era digital menunjukkan adaptasi tinggi terhadap perkembangan teknologi, termasuk media sosial. Berdasarkan data dari *We Are Social (20023)* menunjukkan bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia didominasi oleh kelompok usia muda, yang menghabiskan rata-rata lebih dari 3 jam per hari berinteraksi di platform digital. Penggunaan media sosial sering kali terkait dengan aktivitas akademik, sosial, dan juga profesional, yang memungkinkan pembentukan citra diri dan identitas digital.

Penelitian ini secara khusus akan berfokus pada mahasiswa yang berasal dari perguruan tinggi terkemuka di Kota Bandung, mengingat reputasi institusi Pendidikan tersebut sebagai pusat akademik yang unggul. Berdasarkan data

yang dihimpun dari *EduRank*, sejumlah universitas di Kota Bandung tercatat masuk dalam daftar perguruan tinggi terbaik di Indonesia, sehingga mahasiswa dari insitusi tersebut dianggap releban untuk dijadikan subjek penelitian. Mahasiswa dari perguruan tinggi dengan reputasi tinggi menunjukkan tingkat keterlibatan yang signifikan dalam berbagai aktivitas digital, termasuk penggunaan media sosial. Aktivitas ini mencerminkan interaksi dinamis dalam komunikasi digital sekaligus berkontribusi pada konstruksi wacana yang mencakup aspek sosial, budaya, dan identitas dalam ekosistem media sosial.

Persoalan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah terkait persepsi mengenai fenomena *'typing ganteng'* di media sosial. Persepsi merupakan proses yang dimulai dari penggunaan indera untuk menerima rangsangan, kemudian diatur diinterpretasikan sehingga menghasilkan pemahaman tentang apa yang ditangkap oleh indera. Dalam buku *Neuropsychology and Cognitive Psychoogy*, Desidetaro (1990: 54-55) menyatakan bahwa persepsi merupakan sebuah proses yang melibatkan respons otak terhadap rangsangan eksternal yang diterima melalui indera. Proses ini terjadi secara cepat dan otomatis, namun dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis seperti perhatian, ingatan dan juga motivasi.

Setiap individu memberikan interpretasi yang berbeda terhadap rangsangan yang diterima, suatu fenomena yang dikenal sebagai subjektivitas persepsi. Hal ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengalaman pribadi, yang secara signifikan memengaruhi cara seseorang memahami dan menafsirkan informasi dari lingkungannya. Konteks situasional juga memainkan peran penting, suatu

komentar dapat dianggap lucu atau tidak, namun dapat dianggap menyinggung dalam konteks yang lebih formal. Dengan demikian, persepsi bersifat sangat individual dan kompleks dimana dua individu akan menyaksikan dan merasakan hal yang sama, akan tetapi memiliki pemahaman dan respons yang sangat berbeda. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait **“Persepsi Mahasiswa Kota Bandung pada Fenomena Typing Ganteng di Media Sosial.”**

1.2. Fokus Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Persepsi Mahasiswa Kota Bandung pada Fenomena Typing Ganteng di Media Sosial.”**

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses penyeleksian mahasiswa terhadap *typing ganteng* di media sosial?
2. Bagaimana cara pandang mahasiswa terhadap fenomena *typing ganteng* di media sosial?
3. Bagaimana perilaku mahasiswa dalam menanggapi fenomena *typing ganteng* saat berinteraksi di media sosial?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pertanyaan penelitian diatas, maka peneliti Menyusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa melakukan proses penyeleksian terhadap fenomena *typing ganteng* di media sosial?
2. Untuk mengetahui bagaimana cara pandang mahasiswa terhadap fenomena *typing ganteng* di media sosial?
3. Untuk mengetahui bagaimana perilaku mahasiswa dalam menanggapi fenomena *typing ganteng* saat berinteraksi di media sosial?

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan dalam bidang kajian komunikasi digital, khususnya dalam memahami persepsi mahasiswa terhadap fenomena '*typing ganteng*' di media sosial.

1.3.2.2. Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan menambah referensi hasil riset mengenai persepsi mahasiswa pada fenomena '*typing ganteng*' di media sosial bagi praktisi Ilmu Komunikasi terhadap perkembangan pembelajaran dalam pemahaman mengenai interaksi sosial dan budaya komunikasi

di era digital yang di mana dapat memengaruhi cara orang berkomunikasi dan mengekspresikan diri di platform media sosial.