

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Fokus dari penelitian ini adalah pada bagaimana gaya hidup masyarakat urban di Jakarta direpresentasikan melalui akun instagram @Overheardjkt. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana gaya hidup masyarakat urban di Jakarta di representasikan melalui akun instagram @Overheardjkt. Periode unggahan yang akan dijadikan objek penelitian adalah unggahan periode Desember 2019 sampai dengan Februari 2020. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik analisis tekstual Thwaites. Penelitian ini dilakukan dikarenakan adanya keunikan dari akun instagram @Overheardjkt dalam mengunggah obrolan - obrolan yang terdengar di seluruh penjuru Jakarta. Cuplikan – cuplikan obrolan yang diunggah pada akun @Overheardjkt terbilang unik karena obrolannya yang terkadang diluar konteks kebudayaan yang ada di Indonesia. obrolan – obrolan tersebut tentu terjadi disekitar masyarakat yang terdiri dari kumpulan manusia.

Manusia adalah makhluk sosial yang dalam kehidupannya tidak dapat hidup sendiri dan membutuhkan individu lain. Manusia yang berkumpul dan membentuk kelompok tersebut dinamakan masyarakat. Masyarakat dapat didefinisikan sebagai suatu kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem adat istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan terikat oleh suatu rasa identitas Bersama (Koetjadinigrat, 1994). Dalam kehidupan bermasyarakat, pada dasarnya satu individu dengan individu lain akan selalu berusaha untuk beradaptasi dengan kebudayaan yang ada di tempat mereka tinggal. Sehingga, setiap masyarakat di daerah yang berbeda tentu saja memiliki karakteristik yang tidak sama, mengingat setiap daerah memiliki budayanya masing - masing. Terdapat beberapa tipe masyarakat, salah satunya yaitu masyarakat urban

Urban merupakan sebuah terminologi yang digunakan untuk menjelaskan mengenai hal – hal yang memiliki koneksi dengan konsep kota dan perkotaan. Istilah urban sendiri berasal dari kata urbanisasi, dan pengertiannya pun dapat dibagi menjadi dua (Rahardjo, 1991). Pertama, urbanisasi adalah proses pengkotaan, yaitu sebuah proses daerah mengalami pengembangan atau pengkotaan, terlebih pada daerah pedesaan. Pengembangan tidak hanya dari struktur tatanan, tapi juga masyarakat yang ada didalamnya. Kemudian yang kedua, urbanisasi juga dapat diartikan sebagai perpindahan penduduk desa menuju kota. Berdasarkan dari kedua penjelasan tersebut, maka fokus dari penelitian ini adalah kepada pengertian yang pertama, dimana dibahas mengenai proses pengkotaan, terutama terhadap masyarakatnya. Dalam tulisan yang berjudul “*Urbanism as a way of life*”, terdapat tiga aspek yang dapat menjelaskan mengenai konsep dari urban, aspek tersebut adalah yang pertama keluasan suatu wilayah, kepadatan wilayah tersebut dan heteroginitas (Wirth, 2005). Dikatakan juga, apabila pada satu wilayah luasnya semakin besar, maka penduduknya pun juga semakin padat yang tentu saja memiliki latar belakang dan asal yang bervariasi atau heterogen. Maka dari itu, karakteristik masyarakat urbannya jadi semakin menonjol. Sehingga, apabila kita melihat urban dalam konteks masyarakat, maka dapat dikatakan bahwa masyarakat urban merupakan orang – orang yang tinggal di daerah perkotaan dan memenuhi karakteristik dari urban itu sendiri. Masyarakat urban ialah masyarakat yang jumlah penduduk daerahnya tidak menentu (Purwantini, 2006).

Konsep urban sendiri dapat dijelaskan melalui sifat serta ciri kehidupan berbeda dengan masyarakat pedesaan. Terdapat banyak ciri menonjol dari karakteristik masyarakat urban, diantaranya yaitu pada aspek keagamaan, masyarakat urban tidak terlalu menganggap penting apabila dibandingkan dengan kehidupan keagamaan di desa. Hal ini disebabkan masyarakat yang tinggal di kota dinilai memiliki cara berpikir yang lebih rasional, dan sudah terkontaminasi dengan budaya – budaya luar yang masuk ke daerah perkotaan atau globalisasi. Selain itu, masyarakat urban umumnya dinilai hidup secara individualis. Hal ini bisa disebabkan oleh latar belakang dan gaya hidup dari

setiap individu yang bervariasi, mengingat banyak orang dengan latar belakang berbeda berurbanisasi ke daerah perkotaan. Berbicara mengenai urban, kita dapat membedakan konteks dari urban itu sendiri menjadi dua hal. Pertama yaitu urban dalam konteks sebuah kota, atau kedua urban sebagai konteks sebuah gaya hidup. Pada penelitian ini, kita melihat urban sebagai gaya hidup.

Gaya hidup atau *lifestyle* merupakan pola atau cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang berjalan. Tidak dapat dipungkiri, setiap orang pasti memiliki gaya hidup yang berbeda - beda, tergantung latar belakang individu masing - masing. Perbedaan gaya hidup dari masing – masing individu dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain yaitu sikap, kelompok referensi, pengalaman dan pengamatan, konsep diri, kepribadian, motif persepsi, sosial, keluarga, kelas dan kebudayaan (Nugraheni, 2003). Gaya hidup masyarakat urban tentu saja berbeda dengan masyarakat desa. Seperti yang sebelumnya sudah dijelaskan, karakteristik dari masyarakat urban tentu saja berbeda dengan masyarakat desa. Pada penelitian ini, kita akan membahas bagaimana gaya hidup masyarakat urban di Jakarta. Ketika membahas mengenai masyarakat urban Jakarta, tentu kota Jakarta memiliki peran penting dalam membentuk masyarakatnya.

Di Indonesia, salah satu tempat dimana banyak masyarakat urban berada yaitu DKI Jakarta. Selain memiliki peran sebagai ibukota dari Indonesia, Jakarta juga merupakan kota terbesar yang ada di Indonesia. Dengan luas sekitar 661,52 Km<sup>2</sup>, menurut survei penduduk antar sensus (SUPAS) penduduk di Jakarta mencapai angka kurang lebih 10.576.100 jiwa. Jakarta saat ini kian hari makin berkembang, hal ini dapat dibuktikan dari pembangunan – pembangunan berteknologi tinggi di hampir seluruh bagian di Jakarta. Sebut saja pembangunan *Mass Transit Rapid* (MRT) ataupun pembangunan *Light Rail Transit* (LRT) yang terus dikembangkan ke banyak titik di daerah Jakarta. Karena berkembangnya kota Jakarta, pusat perekonomian pun Indonesia pun terletak di Jakarta. Jakarta yang merupakan daerah perkotaan ini membuat masyarakat yang tinggal di daerah Jakarta menjadi masyarakat urban. Akan

tetapi, terlepas dari tinggal di daerah perkotaan, tidak semua penduduk di Jakarta dapat dikategorikan sebagai masyarakat urban. Hal ini kembali lagi dikuatkan dengan latar belakang masyarakat kota yang berbeda – beda. Gaya hidup masyarakat urban menjadi menarik untuk diteliti karena masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan merasa lebih maju atau lebih canggih dibandingkan dengan masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan. Pemilihan kota Jakarta juga didasari oleh ketertarikan peneliti akan fakta bahwa di Jakarta adalah tempat dimana masyarakat dari berbagai daerah di Indonesia berkumpul dan hidup Bersama. Hal ini disebabkan karena berbagai kalangan masyarakat dari berbagai daerah melakukan urbanisasi ke Jakarta dengan tujuan yang berbeda – beda. Sehingga, banyak masyarakat urban di Jakarta yang bukan penduduk asli Jakarta, tetapi mereka – mereka yang melakukan urbanisasi ke Jakarta.

Pada era globalisasi ini, individu dapat saling berinteraksi dengan individu lain menggunakan banyak cara. Individu memiliki banyak alternatif pilihan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Teknologi yang kian hari semakin canggih, banyak sekali media – media baru yang ada untuk digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Salah satunya yaitu sistem informasi berbasis internet. Internet tentu saja saat ini sudah dikenal dan digunakan sebagian besar masyarakat di Indonesia. Menurut data yang diambil dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dengan total populasi yang mencapai angka 264 juta jiwa penduduk di Indonesia, terdapat sebanyak 171,17 jiwa yang menggunakan internet. Data dari asosiasi tersebut menunjukkan bahwa sekitar 64,8% penduduk di Indonesia menggunakan internet dalam kesehariannya. Data tersebut membuktikan bahwa penduduk di Indonesia sudah maju dan sadar akan teknologi yang ada. Penggambaran gaya hidup masyarakat urban dapat dilihat melalui beberapa media, termasuk media – media berbasis internet. Selain media berbasis internet, penggambaran gaya hidup masyarakat urban sebenarnya juga dapat kita lihat melalui beberapa media lain, seperti media konvensional, televisi, film, dan media lainnya. Contoh media konvensional yaitu majalah atau koran. Salah satu majalah yang menghadirkan mengenai *lifestyle*

atau gaya hidup adalah majalah Gadis. Dalam rubrik tersebut, hal yang dibahas adalah mengenai gaya hidup selebriti papan atas, atau pembaca – pembaca yang sebelumnya sudah mereka seleksi terlebih dahulu. Selain itu, penggambaran gaya hidup urban Jakarta juga dapat kita lihat dari media berupa film. Maryani Nurul pada tahun 2013 melakukan penelitian mengenai masyarakat urban Jakarta yang digambarkan dalam Film *Jakarta Maghrib*. Kita dapat menemukan banyak sekali film yang dapat merepresentasikan gaya hidup masyarakat urban di Jakarta, asalkan film tersebut mengangkat narasi yang berbasis di Jakarta, dan menonjolkan karakter – karakternya. Berdasarkan penjelasan tersebut, penggambaran masyarakat urban ini semakin banyak kita lihat melalui berbagai media. Karena pengembangan media yang semakin pesat seperti internet, platform – platform yang tersedia pun juga semakin banyak.

Dari banyaknya media yang ada, media sosial adalah salah satu media yang memiliki banyak pengguna. Saat ini, media sosial mendominasi konten internet sebagai yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia (Felincia,2018). Wearesosial Hootsuite melakukan riset pada Januari 2019 mengenai penggunaan media sosial di Indonesia. Data yang didapatkan menunjukkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai angka 150 juta pengguna atau sebesar 56% dari total populasi yang ada. Media sosial saat ini digunakan oleh segala umur dengan pengguna paling banyak di usia 18 - 34 tahun. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia membuktikan bahwa media sosial merupakan salah satu cara atau media yang digunakan untuk berinteraksi satu sama lain. Saat ini terdapat berbagai variasi dari media sosial yang masyarakat di Indonesia khususnya Jakarta minati, salah satunya yaitu instagram.



Gambar 1.1

Logo media sosial “Instagram”

Sumber: <http://pluspng.com/instagram-png-978.html>

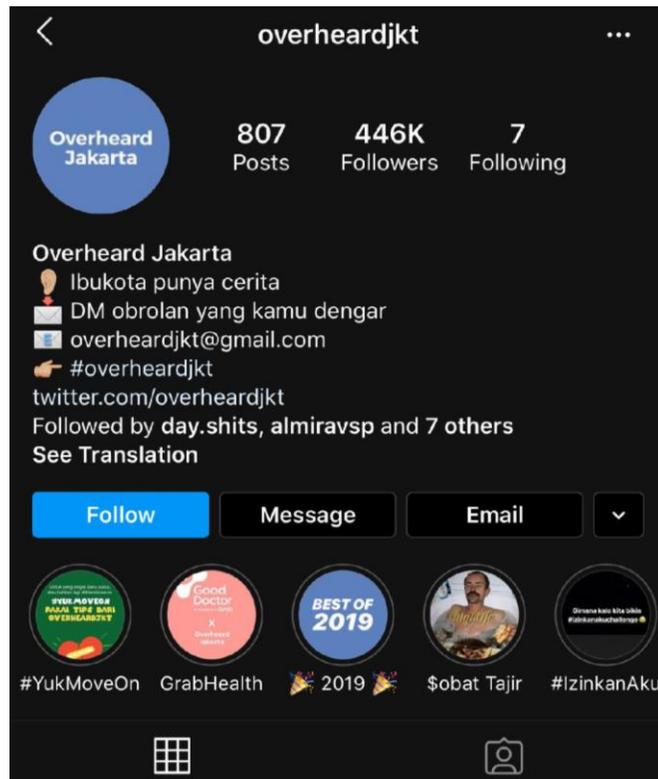
Instagram adalah media sosial yang berbasis gambar dimana penggunanya dapat berbagi kesehariannya melalui foto atau video kesesama pengguna instagram lainnya. Diaplikasi ini, para pengguna dapat mengunggah foto dan video. Foto tersebut juga dapat diberikan filter yang sebelumnya telah disediakan oleh aplikasi. Fitur lainnya yaitu foto yang akan diunggah dapat diberikan informasi lokasi dan dapat menetag profil lain yang bersangkutan. Kita juga dapat memilih apakah unggahan tersebut dapat dibagikan keseluruh pengguna Instagram atau hanya untuk privasi, dimana pada mode privasi orang yang tidak mengikuti akun kita tidak dapat melihat unggahan kita. Berdasarkan tag dan lokasi, kita dapat menelusuri hal – hal yang menarik untuk kita, dan nantinya Instagram dapat menyimpan ketertarikan kita dan memunculkan di jelajah kita. Pengguna juga dapat menyukai foto dan mengikuti pengguna lain untuk menambah konten mereka masuk kepada berandanya. Saat ini, media sosial Instagram ini sangat dikenal diberbagai kalangan masyarakat. Hal ini dibuktikan melalui data yang diambil oleh Wearesocial Hootsuite. Data tersebut menunjukkan bahwa pengguna Instagram saat ini di Indonesia mencapai angka 62 juta pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari 50% individu yang menggunakan internet juga menggunakan media sosial instagram untuk berinteraksi atau sekedar berbagi foto. Pengguna instagram di Indonesia juga tersebar dimana - mana, termasuk

di Ibukota DKI Jakarta. Pengguna instagram di DKI Jakarta cukup banyak, mengingat Jakarta merupakan kota dengan kepadatan penduduk nomor 1 di Indonesia.

Mayarakat Urban di Jakarta tentu saja juga ada dan terbilang banyak yang mengakses media sosial termasuk instagram. Hal ini dikarenakan salah satu ciri dari masyarakat urban dalam buku *Ilmu Sosial Dasar* yaitu sadar akan teknologi dan terbuka dengan pengaruh budaya dan hal - hal baru (Ahmadi,2009). Menurut BBC Indonesia, pengguna Instagram di Jakarta telah mencapai lebih dari 45 juta pengguna. Penggunaan instagram sebenarnya didasarkan oleh bermacam - macam alasan. Ada yang menggunakan instagram untuk kepentingan pribadi atau berinteraksi dengan pengikut - pengikutnya, atau juga ada yang digunakan sebagai platform untuk berjualan. Akan tetapi, belakangan ini instagram juga digunakan sebagai media untuk menghibur pengguna instagram lainnya, salah satunya dengan cara mengunggah dialog - dialog yang terjadi antar individu.

Akun media sosial Instagram @Overheardjkt merupakan akun yang membagikan percakapan - percakapan yang terdengar di Ibukota DKI Jakarta. @Overheardjkt mengutip obrolan yang terdengar di berbagai penjuru di Jakarta. Obrolan - obrolan tersebut membahas mulai dari keluhan soal pekerjaan, macetnya jalan di Jakarta, cita - cita, ataupun curhatan mengenai pasangannya maupun tentang diri seseorang. @Overheardjkt bekerja dengan sistem bantuan masyarakat DKI Jakarta dengan meminta para pengikutnya untuk mengirim *direct message* (DM) ke akun instagramnya. Setelah itu @Overheardjkt akan memilah - milah obrolan - obrolan yang cocok untuk dimasukkan ke *feed* mereka.

Akun instagram @Overheardjkt saat ini memiliki lebih dari 440 ribu followers. Semenjak bergabung pada tahun 2016, @Overheardjkt memiliki lebih dari 800 postingan yang mereka unggah hampir secara rutin.

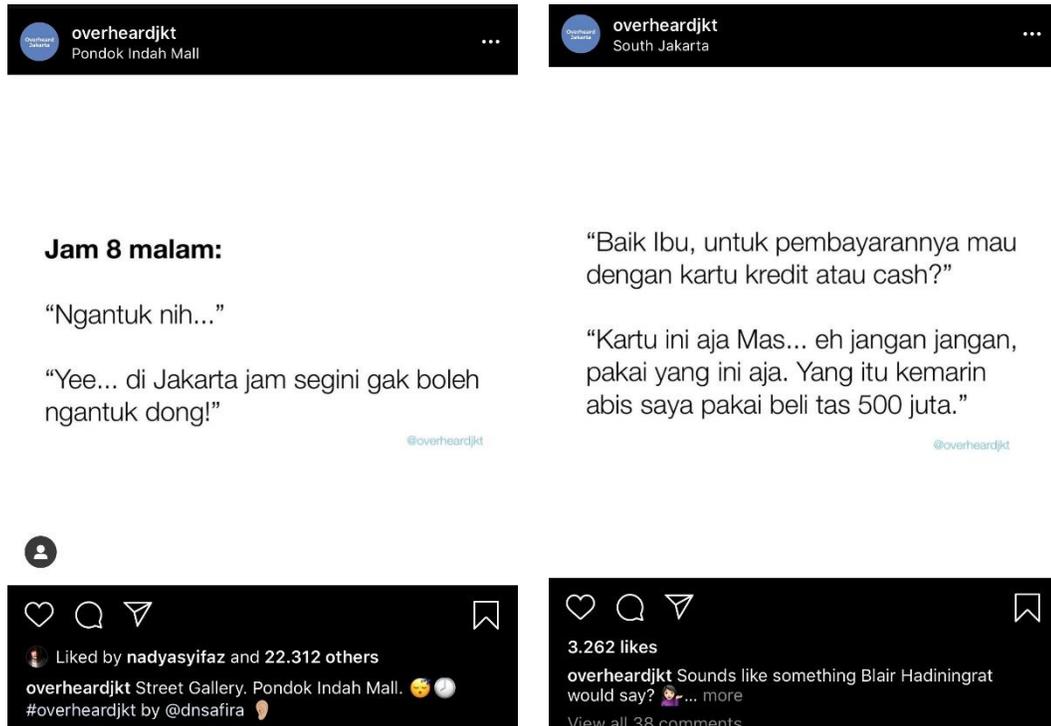


Gambar 1.2

Instagram @Overheardjkt

Sumber: <https://www.instagram.com/overheardjkt/?hl=id>

Akun instagram @Overheardjkt menjadi unik untuk diteliti karena perbedaan yang ada mengenai bagaimana akun ini dioperasikan. Pada dasarnya, instagram merupakan platform berbasis gambar dan berbagi foto atau gambar kesesama pengguna instagram lainnya, akan tetapi, @Overheardjkt tidak pernah mengunggah foto, melainkan mereka membagi gambar dalam bentuk tulisan yang sederhana. Alasan tidak diberikannya visualisasi terhadap unggahan obrolan tersebut menunjukkan bahwa akun ini ingin menfokuskan pembaca terhadap dialog yang sebenarnya bisa terjadi kapan pun dan dimana pun tanpa dibatasi sebuah visual.



Gambar 1.3

beberapa postingan dari @Overheardjkt

Sumber: <https://www.instagram.com/overheardjkt/?hl=id>

Akun @overheardjkt ini memiliki dua akun di dua media sosial yang berbeda, yaitu Instagram dan twitter. Twitter merupakan salah satu media sosial yang cukup diminati masyarakat yang digunakan untuk berbagi informasi, ide, sampai curhatan – curhatan pengguna. Akun @overheardjkt di twitter memiliki lebih dari 45 ribu followers. Disini, peneliti memilih untuk menganalisis akun @overheardjkt di media sosial Instagram dibanding di media sosial twitter karena alasan bahwa akun @overheardjkt di Instagram lebih menerima banyak perhatian oleh penggunanya, dilihat dari pengikutnya yang berbanding jauh. Selain itu, akun dengan tema *overheard* ini juga banyak bermunculan, seperti *overheardbali*, *overheardkampus*,

*overheardsbycok*, dan masih banyak lagi. Pemilihan akun @oveheardjkt diatas akun – akun tersebut juga didasari alasan bahwa selain memiliki pengikut paling banyak dibanding akun – akun *overheard* lainnya, akun @overheardjkt merupakan pionir dari akun – akun *overheard* di Indonesia.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan diatas, melalui akun instagram @Overheardjkt, peneliti ingin melihat bagaimana gaya hidup masyarakat urban di jakarta di representasikan dengan obrolan - obrolan yang diunggah oleh akun @Overheardjkt

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

“bagaimana gaya hidup masyarakat urban di Jakarta direpresentasikan melalui akun instagram @Overheardjkt?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup masyarakat urban di Jakarta di representasikan melalui akun instagram @Overheardjkt

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dalam bentuk manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Melalui penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan manfaat dalam menambah kajian ilmu komunikasi terutama pada bidang *cyberculture*.

Penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi dalam memberi pengetahuan mengenai metode analisis tekstual Thwaites. Selain itu penelitian ini juga tentunya diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian yang akan datang.

## 2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola media sosial @Overheadjkt bagaimana gaya hidup masyarakat urban di Jakarta dapat digambarkan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti mengenai representasi masyarakat urban di Jakarta melalui media sosial terutama instagram

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Penelitian Terdahulu

#### 1.5.1.1 Representasi Gaya Hidup Kaum Urban di Surabaya Pada Arsitektur Kafe Calibre Coffee Roaster dan Historica Coffee & Pastry

Pada penelitian ini, peneliti berusaha untuk memberikan deskripsi mengenai bagaimana gaya hidup kaum urban di Surabaya melalui desain arsitektur pada kafe – kafe yang terletak di Surabaya dan cukup terkenal, yaitu Calibre Coffee Roaster dan Historica Coffee & Pastry. pada penelitian ini gaya arsitektur sebagai komunikasi nonverbal dibaca sebagai sebuah “teks”. Hasil analisis dari penelitian ini adalah ditemukan bahwa gaya hidup masyarakat urban Surabaya diperlihatkan melalui desain yang bertema eksterior minimalis dan interior industrial pada Kafe tempat penelitian dilakukan. Konsep minimalis pada desain eksterior kafe tersebut digunakan untuk menggambarkan

gaya hidup urban masyarakat Surabaya diperlihatkan. Melalui hasil penelitian, Gaya Hidup Urban terlihat dari ciri yang menyukai hal instan atau yang tidak ribet, tidak terdapat unsur atau gaya tradisional, pada setiap sisi, setiap meja di kafe memiliki lebih dari dua kursi, memiliki hubungan dengan dunia industri, dan memunculkan kesan eksklusif dengan menu yang dihadirkan, yaitu kopi – kopi internasional yang juga ikut ditunjukkan pada desain eksterior dan interiorya.

Perbedaan yang dapat diidentifikasi dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah di penelitian ini masyarakat urban direpresentasikan melalui desain arsitektur suatu ruang, sedangkan pada penelitian yang nantinya akan dilakukan oleh peneliti adalah masyarakat urban yang direpresentasikan melalui media sosial terutama Instagram. Lokasi penggambaran masyarakat urban dari penelitian pun berbeda, penelitian ini dilakukan kepada masyarakat urban Surabaya, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan pada masyarakat urban di Jakarta.

#### **1.5.1.2 Representasi Masyarakat Urban Jakarta dalam Film Jakarta Maghrib**

Fokus dari penelitian ini terletak pada penggambaran masyarakat urban Jakarta dalam film omnibus, Jakarta Maghrib. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah pada film Jakarta Maghrib, masyarakat urban Jakarta digambarkan sebagai masyarakat yang sibuk akan duniawi. Walau begitu, mereka berusaha untuk tetap dekat dengan dunia keagamaan atau spiritual. penggambaran tersebut diidentifikasi melalui aspek – aspek yang ada pada film tersebut seperti dialog, latar tempat, dan latar waktu yang kemudian dianalisis oleh peneliti

Sehingga penelitian ini pun berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Perbedaan terletak pada objek penelitian itu sendiri. penelitian ini berfokus pada usaha peneliti melihat masyarakat urban Jakarta yang direpresentasikan melalui film, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan lebih melihat masyarakat urban di Jakarta melalui media sosial terutama instagram.

### **1.5.1.3 Representasi Gaya Hidup Urban Hijabers dalam Akun Instagram @Aghniapunjabi**

Penelitian ini berfokus kepada bagaimana gaya hidup urban para hijabers direpresentasikan melalui akun Instagram seorang selebgram yang terkenal dengan gaya busannya, yaitu @Aghniapunjabi. Dengan menggunakan analisis semiotika milik Charles S. Pierce, peneliti menemukan bahwa Aghnias Punjabi karakteristik perempuan berhijab urban diperlihatkan olehnya melalui bagaimana style dari cara para hijabers berpakaian, seperti bagaimana hijab divariasikan dengan beberapa barang lainnya seperti aksesoris, kemudian melakukan berbagai percobaan dengan mencampurkan pada pakaiannya. pemilihan latar foto juga mempengaruhi bagaimana hasil dari cara berpakiannya.

Letak perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah pada penelitian ini peneliti menggambarkan konsep urban melalui unggahan - unggahan dari akun yang bersangkutan yang berbentuk visual. Sedangkan fokus dari penelitian yang akan dilakukan yaitu peneliti berusaha melihat konsep masyarakat urban melalui postingan - postingan dari akun yang bersangkutan yang berbentuk tulisan - tulisan atau teks tanpa ada visual yang dihadirkan.

## 1.5.2 Teori yang Digunakan

### 1.5.2.1. Identitas Masyarakat Urban dan Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan sebuah cara hidup dari seseorang yang dapat diidentifikasi melalui tiga hal, yaitu cara orang beraktivitas atau menghabiskan waktu, lalu juga prioritas hidup dari individu tersebut (ketertarikan), dan pemikiran mereka mengenai kehidupan sekitar (Plummer, 1983). Arti lain dari aya hidup adalah sebagai selera pada suatu kelompok dalam atau *in grup*, tingkatan status sosial, yang saling berkompetisi dan memiliki kemampuan untuk memonopoli sumber budaya (Weber dalam Damsar, 2002). Gaya hidup masing – masing individu berbeda – beda, tergantung dengan *field of experience (FOE)* dan *frame of reference (FOR)* dari masing – masing individu dan juga tempat dimana mereka tinggal. Karena perbedaan gaya hidup dari tiap – tiap individu inilah yang membuat konsep gaya hidup menarik untuk diteliti dan dipahami.

Sunarto berpendapat bahwa terdapat tiga indikator untuk mengukur gaya hidup dari individu, yaitu:

1. *Activity*. Terlihat dari aktivitas yang dilakukan oleh seseorang, apa yang dibeli dan mereka konsumsi, dan aktivitas apa yang mereka jalankan untuk ketika memiliki waktu luang.
2. *Interest*. Hal ini dapat berupa hal apa yang membuat individu tertarik, sukai, gemari, atau bahkan dijadikan prioritas hidup seseorang.
3. *Opinion*. Hal ini berhubungan dengan pandangan atau pun perasaan seseorang ketika memberikan tanggapan mengenai isu global maupun local.

Gaya hidup yang dibahas pada penelitian ini berkaitan dengan gaya hidup dari masyarakat urban di Jakarta. Gaya hidup setiap orang tentu saja berbeda - beda. Sehingga, terdapat perbedaan yang signifikan pula antara

identitas masyarakat urban dan masyarakat desa. gaya hidup masyarakat urban sendiri dapat dijelaskan melalui teori identitas.

Identitas berfokus pada karakter khusus dari individu atau anggota suatu kelompok atau kategori sosial tertentu (Rummens, 1993). Kata identitas sendiri berasal dari bahasa latin yaitu kata “*idem*” yang memiliki arti “sama”. Oleh karena itu, dari pengertian tersebut, identitas dapat juga dijelaskan sebagai suatu kesamaan atau kesatuan dari satu hal dengan hal lainnya. Kesamaan tersebut bisa dilihat dari konteks wilayah atau sesuatu yang saling berhubungan. Maka, pada penelitian ini konteks identitas yang dimaksud adalah mengenai identitas dari masyarakat urban.

Masyarakat urban adalah makhluk sosial yang dalam kehidupannya tidak dapat hidup sendiri dan membutuhkan individu lain. Manusia yang berkumpul dan membentuk kelompok tersebut dinamakan masyarakat. Masyarakat dapat didefinisikan sebagai suatu kesatuan hidup manusia yang berinteraksi sesuai dengan sistem adat istiadat tertentu yang sifatnya berkesinambungan dan terikat oleh suatu rasa identitas Bersama (Koetjadinigrrat, 1994). Pada era modern yang semakin canggih ini, masyarakat dapat kita bedakan menjadi dua tipe, yaitu masyarakat urban atau lebih dikenal dengan masyarakat kota, dan juga masyarakat desa. Hal ini dikarenakan terdapat perbedaan yang signifikan diantara mereka. Masyarakat urban jumlah penduduknya tidak menentu (Purwantini, 2006). Terdapat ciri - ciri yang signifikan yang ditunjukkan oleh masyarakat urban, yaitu:

1. Tingkat keagamaan yang lebih rendah dibanding masyarakat desa. Hal ini dikarenakan masyarakat urban tidak terlalu menganggap penting agama dan berpikir lebih rasional.
2. Masyarakat urban lebih condong ke karakter individualis.

3. Pembagian kerja dari setiap individu biasanya lebih tegas dan batas – batasnya pun lebih terlihat. Seperti misalnya dikantor terdapat direktur, kepala bagian, karyawan, dan sebagainya.
4. Interaksi lebih jarang terjadi dibanding masyarakat desa. biasanya interaksi terjadi apabila ada kepentingan tersendiri.
5. Pembagian waktu lebih teliti dan jelas
6. Lebih mudah untuk menerima perubahan dan pengaruh dari luar (globalisasi)
7. Sadar akan teknologi

Berdasarkan dari ciri - ciri diatas, maka terdapat perbedaan yang signifikan dari masyarakat urban dengan masyarakat rural/desa. Jakarta merupakan daerah yang termasuk perkotaan. Maka dari itu, masyarakat yang tinggal di Jakarta termasuk dari masyarakat urban. Akan tetapi, tidak semua masyarakat di Jakarta termasuk pada masyarakat urban apabila tidak masuk ke kriteria dari masyarakat urban diatas.

#### **1.5.2.2 Budaya Konsumen**

Budaya Konsumen ialah sebuah istilah yang digunakan untuk mengkaji tidak hanya sebuah perilaku konsumsi, tetapi juga proses reorganisasi dari isi dan bentuk dari sebuah produksi simbolik yang terkandung didalamnya. Konsumsi merupakan sebuah bentuk perilaku yang bersifat aktif dan kolektif, juga tidak berupa paksaan.

Lury (1998) dalam Hidayat (2016) mengatakan bahwa budaya konsumen adalah sebuah bentuk khusus dari budaya materi yang telah ada dan berkembang dikalangan masyarakat Eropa-Amerika pada sekitar abad ke-20.

Ia melanjutkan bahwa terdapat enam (6) penyebab utama dari berkembangnya budaya konsumen, yaitu:

1. Variasi dari jenis barang yang tersedia di pasar
2. Pasar memiliki peran yang penting dalam mendapatkan komoditas
3. Pergeseran makna kegiatan berbelanja menjadi sebuah kegiatan untuk mengisi waktu luang
4. Muncul berbagai inovasi dalam kegiatan berbelanja
5. Muncul kredit sebagai model pembelian
6. Ruang dan waktu yang dimanipulasi oleh media periklanan

Budaya konsumen juga kerap diartikan sebagai budaya – budaya yang diterapkan oleh seorang konsumen. Disini budaya konsumen menggunakan elemen – elemen seperti tanda – tanda, *image*, benda – benda, hal simbolik yang memenuhi mimpi, fantasi, keinginan dan seorang konsumen untuk memenuhi emosional seseorang, juga gaya hidup dalam rangka untuk tidak hanya menyenangkan diri sendiri tapi juga untuk bersikap narsistik.

Menurut Featherstone (2005), terdapat tiga buah perspektif utama dari budaya konsumen, yaitu:

1. Pandangan mengenai budaya konsumen dipremiskan dengan ekspansi produk komoditas kapitalis yang memunculkan sebuah perspetif budaya dalam bentuk barang – barang konsumen dan tempat – tempat belanja dan konsumsi
2. Pandangan mengenai masyarakat yang memiliki cara – cara yang bervariasi dalam menggunakan benda benda untuk memnuculkan sebuah ikatan - ikatan atau perbedaan masyarakat.
3. Kesenangan emosional untuk dijadikan sebuah konsumsi, mimpi – mimpi dan keinginan yang dimunculkan dalam bentuk budaya konsumen dan lokasi konsumsi tertentu yang bervariasi

mengelurkan kenikmatan jasmaniah langsung secara kesenangan estetis.

Saat ini, budaya konsumen kerap memberikan pengaruh untuk seseorang dalam berperilaku memutuskan sebuah pembelian produk barang, yang sebenarnya telah dipengaruhi dari terpaan media massa, seperti iklan – iklan. Masyarakat modern saat ini menjadikan sebuah konsumsi sebagai kebutuhan teratas dan vital yang tidak hanya memenuhi kebutuhan instrumental atau nilai fungsional dari sebuah barang, tetapi juga menunjukkan maupun mengkomunikasikan secara implisit mengenai status sosial mereka atau berapa penghasilan mereka. Disini berarti kegiatan tersebut dijadikan kegiatan untuk mengidentifikasikan diri dalam sebuah kelas sosial tertentu.

Pada penelitian ini, teori budaya konsumen ini digunakan untuk melihat gaya hidup dari masyarakat urban di Jakarta, yang diperlihatkan melalui perilaku konsumsi seperti apa yang mereka tunjukkan melalui dialog – dialog yang diunggah oleh akun Instagram @overheardjkt.

### **1.5.2.3 Representasi**

Teori representasi sendiri dikemukakan oleh Stuart Hall. Teori ini membahas mengenai suatu proses memperoleh arti atau makna melalui bahasa dan Bahasa tersebut dipertukarkan oleh antar anggota suatu kelompok yang bergerak dan dibatasi oleh budaya. Representasi mengkoneksikan konsep yang ada dalam benak kita dengan memanfaatkan bahasa yang mengaitkan kita untuk mengartikan benda, orang, kejadian, yang nyata (*real*), dan dunia imajinasi dari objek, orang, benda, dan kejadian yang tidak nyata (*fictional*) (Hall,2003).

Sistem representasi meliputi tiga hal, yaitu individu (*people*), objek (*object*), dan kejadian atau peristiwa (*event*) yang memiliki hubungan dengan konsep yang ada pada benak kita (Hall, 2004). Pada buku *Studying Culture: A Practical Introduction*, dikatakan bahwa konsep representasi dapat dipaparkan melalui tiga definisi, yakni:

1. *To stand for*. Contoh dari definisi adalah kegunaan bendera pada setiap negara. Apabila bendera tersebut dikibarkan dalam sebuah acara olahraga, makna dari bendera pun berubah menjadi keberadaan negara dari acara yang diadakan.
2. *To speak or act on behalf of*. Dapat dicontohkan melalui keberadaan seorang ustaz yang berbicara atas nama agama atau islam
3. *To re-present*. Maksudnya yaitu seperti biografi yang ditulis untuk mengingatkan atau menghadirkan kejadian yang telah terjadi dimasa lalu. (Giles, 1999)

Sebenarnya, ketiga makna tersebut walau bisa berdiri sendiri – sendiri, tetapi tetap memungkinkan untuk berjalan bersamaan,. oleh karena itu, agar dapat memahami teori representasi lebih mendalam dan bagaimana teori tersebut beroperasi pada masyarakat, teori representasi dari Stuart Hall dapat dijadikan acuan untuk memahami lebih lanjut.

Hall melalui bukunya yang berjudul *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices* menyatakan bahwa melalui representasi makna diproduksi dan kemudian dipertukarkan antar anggota masyarakat. Sehingga, dapat dikatakan bahwa representasi ialah sebuah cara atau konsep untuk mendapatkan dan mengerti sebuah makna. Makna tersebut kemudian dapat kita pahami melalui budaya atau *culture* yang ada dalam tempat makna tersebut disampaikan. Untuk memahami konsep budaya diperlukan Bahasa. Bahasa memiliki peran yang penting dan signifikan karena

Bahasa yang memberikan makna terhadap suatu kebudayaan. Sehingga, budaya dan Bahasa dalam teori representasi merupakan sebuah kesatuan dan tidak dapat dipisahkan.

Representasi pun pada akhirnya menghubungkan antara makna dan bahasa terhadap budaya. Hall kemudian lebih lanjut mendefinisikan bahwa representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu kepada orang lain (Ida, 2014). Dari pengertian tersebut, dapat kita simpulkan bahwa representasi adalah sebuah proses untuk memproduksi makna melalui konsep yang ada pada benak kita atau budaya yang disampaikan menggunakan Bahasa, dan diartikan melalui budaya yang ada tempat Bahasa tersebut digunakan.

Pada penelitian ini, teori representasi digunakan untuk melihat bagaimana gaya hidup masyarakat urban di Jakarta digambarkan melalui akun Instagram @Overheardjkt. Dengan menggunakan teori representasi peneliti berharap teori ini dapat membantu dalam memberi gambaran secara lengkap mengenai subjek penelitian.

#### **1.5.2.4 *Cyberculture*: Media Sosial “Instagram”**

*Cyberculture* atau budaya *cyber* adalah segala budaya yang telah atau sedang muncul dari penggunaan jaringan computer untuk komunikasi, hiburan dan bisnis. Segala fenomena sosial yang berkain dengan internet dan berbagai bentuk komunikasi jaringan yang baru bermunculan, termasuk hal – hal yang memiliki kaitan dengan identitas, privasi dan pembentukan jaringan. merupakan bagian dari studi *cyberculture* (Bell,2001). Adanya studi *cyberculture* sendiri yaitu dikarenakan teknologi yang semakin berkembang membuat efek yang ada pada masyarakat berbeda dengan teknologi yang ada sebelumnya.

*Cyberculture* tentu saja mulai dan terus berkembang seiring adanya internet di dunia ini, tidak terkecuali Indonesia. Manifestasi dari *cyberculture* sendiri meliputi berbagai interaksi manusia yang dimediasi oleh jaringan

computer (Ismanto,2018). Sehingga, semua kunci utama dari teori ini ialah interkasi yang terjadi antar manusia melalui internet, virtual, atau tidak secara *face to face*. Aspek yang dimaksud dari interaksi sendiri meliputi segala hal, mulai dari permainan, aktivitas sehari – sehari, pekerjaan, dan aktivitas lainnya.

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari *cyberculture*. Media sosial adalah media yang digunakan untuk melakukan sosialisasi antar satu sama lain dan berbasis online. Media sosial memberikan kesempatan bagi individu untuk melakukan interaksi tanpa memperdulikan ruang dan waktu. Hal ini sejalan dengan pernyataan Marshal McLuhan yang mengatakan bahwa media dapat dilihat sebagai perpanjangan tubuh manusia. Kegiatan para individu dipermudah melalui kehadiran media sosial. Media sosial memungkinkan pengguna untuk bertukar informasi tanpa hambatan ruang atau pun waktu. Media sosial pun memberikan ruang untuk penggunanya saling bercerita, berbagi atau bertukar pikiran dengan pengguna lainnya. Hal ini pun yang menyebabkan akhirnya banyak individu yang memiliki adiksi terhadap media sosial

Dari banyaknya media yang ada, *Instagram* merupakan salah satu media yang diminati oleh banyak orang, khususnya masyarakat di Indonesia. Instagram adalah sosial media berbasis gambar dimana penggunanya dapat berbagi foto dan video kesesama pengguna instagram lainnya. *Instagram* dirilis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 6 Oktober 2010. Nama Instagram menurut mereka adalah gabungan dari kata “*instan camera*” dan “*telegram*”.

Melalui *instagram*, para pengguna dapat mengunggah foto ataupun video ke dalam akunnya. Foto tersebut juga sebelumnya bisa diedit menggunakan variasi filter yang telah disediakan. Foto yang akan diunggah pun dapat diberikan informasi mengenai lokasi foto tersebut diambil dan juga menge-tag orang – orang atau akun – akun yang berhubungan dengan unggahan

tersebut. Unggahan tersebut juga dapat dibagikan baik secara publik atau secara privasi. Hal ini dikarenakan Instagram juga memberikan fitur privasi yang bertujuan agar pengguna yang tidak nyaman dilihat profilnya oleh akun tidak dikenal bisa memprivasi akunnya. Postingan pun hanya bisa dilihat oleh pengguna yang sebelumnya kita setuju untuk melihat postingan tersebut. Selain itu, pengguna juga dapat menikmati konten pengguna lain berdasarkan tag dan lokasi. Para pengguna Instagram pun juga bisa memberikan tanda suka dan meninggalkan komentar pada unggahan akun lain yang tidak di “private”. Seluruh keuntungan inilah yang membuat media sosial Instagram ini sangat diminati banyak orang, termasuk masyarakat di Indonesia.

Penggunaan teori *cyberculture* dan Instagram berhubungan dengan media yang digunakan pada penelitian yaitu akun Instagram @overheardjkt. Dengan menggunakan teori ini, diharapkan Instagram dapat dibahas dan dimengerti lebih lanjut mengenai kegunaannya

#### **1.5.2.5 Analisis Tekstual Thwaites**

Untuk menginterpretasi data yang kita miliki dalam rangka melakukan penelitian, tentu kita membutuhkan alat untuk menginterpretasi. Dalam penelitian ini, alat yang kita gunakan untuk menginterpretasi data yaitu menggunakan analisis tekstual milik Thwaites.

Analisis tekstual sendiri memiliki berbagai definisi. McKee (2003) dalam Ida (2014) menyebutkan analisis tekstual adalah:

*“a way of gathering and analysing information in academic research”*

Dalam definisi tersebut, disebutkan bahwa analisis tekstual adalah sebuah alat yang kita gunakan untuk memperoleh dan menganalisis informasi yang ada dalam ranah riset akademik. Thwaites dkk (2002) juga mengungkapkan bahwa analisis tekstual bergerak mulai dari menentukan lokasi

tanda khusus, sampai memeriksa struktur mitos sosial yang ada di masyarakat. Data yang kita analisis ketika menggunakan metode ini disebut sebagai teks. Interpretasi disini merupakan sebuah proses dari *encoding* dan juga *decoding* yang kita lakukan terhadap kesatuan tanda – tanda yang terdapat pada teks tersebut (Ida, 2014).

Teks sendiri merupakan kombinasi yang terdiri dari kumpulan tanda – tanda atau *signs* (Thwaites, 2011 dalam Ida, 2014). Didalam teks terdapat kombinasi dari tanda – tanda yang menghasilkan sebuah makna. Teks sendiri dapat kita bagi menjadi dua, yaitu:

1. Teks narasi (linguistik): tanda – tanda yang berbentuk tulisan, suara, dan Bahasa
2. Teks gambar (visual): tanda – tanda yang terdiri dari latar, ekspresi, karakter, *gesture*, dan apapun yang bisa kita lihat dalam sebuah teks

Pada analisis tekstual milih Thwaites, terdapat sebuah began yang dapat menjelaskan bagaimana analisis tekstual bekerja:



Gambar 1.4

Analisis Tekstual Thwaites

Sumber: Ida, 2014

Terlihat pada tabel tersebut bahwa analisis tekstual Thwaites meliputi tanda, konotasi dan kode, denotasi, dan mitos. Tanda sendiri merupakan objek yang merujuk pada sesuatu berdasarkan pada konteks atau pada budaya dimana

tanda itu diproduksi dan direproduksi (Ida,2018). Thwaites sendiri mengatakan bahwa kombinasi dari tanda – tanda atau *signs* sendiri adalah sebuah teks.

Kemudian, pada level konotasi dan kode dilakukan analisis mengenai makna kultural yang melekat pada sebuah terminology (Ida, 2014). Seperti misalnya, bola yang dimaknai sebagai “mainan laki – laki”, atau bunga mawar sebagai lambing “cinta” dan “kasih sayang”. Ida melanjutkan bahwa pada level konotasi sendiri sebenarnya dibagi Kembali menjadi dua bagian untuk menginterpretasi sebuah tanda, yaitu *metonymic* dan *synecdochal*. *Metonymic* adalah mengasosiasikan sebuah tanda, seperti misalnya mobil listrik bermerek *Tesla* sebagai “kemewahan” dan “kekayaan”. Sedangkan *synecdochal* merupakan subkateogri dari *metonymic* dimana *synecdochal* memberikan makna “keseluruhan” atau sebaliknya, seperti misalnya Gedung MPR identik dengan “pemerintahan Indonesia”.

pada level denotasi, denotasi bergerak pada level pertama dari signifikansi (Ida,2014). Level denotasi juga dapat kita sebut sebagai makna harfiah. Biasanya denotasi memberi makna berdasarkan kamus atau terminology atau objek. Sebagai contoh, kata atau gambar buah apel dimaknasi sebagai buah berwarna merah, memiliki rasa manis, dan berbentuk bulat. Pada level ini penelitian akan bersifat objektif dikarenakan berdasarkan kamus atau fakta yang sudah ada. Ketika dihubungkan dengan level konotasi, makna – makna dari level konotasi akan menjadi makna denotasi Ketika peneliti memberikan interpretasi atau argumen yang dapat diterima dan disetujui oleh khlayak sebagai makna yang “sesungguhnya” yang kemudian akhirnya menjadi mitos yang diedarkan atau dipercayai oleh masyarakat. Maka dari itu, disini mitos merupakan sesuatu atau hal yang dipercaya oleh masyarakat luas, yang sebenarnya merupakan hasil dari proses pemaknaan konotasi dan denotasi dari sebuah tana – tanda atau teks.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian**

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menggambarkan, menyelidiki, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari kejadian sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010). Pemilihan metode ini didasari karena peneliti ingin menjelaskan mengenai representasi masyarakat urban di Jakarta dalam instagram @Overheardjkt yang dimana disetiap unggahannya merupakan dialog antar individu di Jakarta. Dengan menggunakan penelitian kualitatif, maka diharapkan peneliti dapat memberikan penjelasan yang teliti dan luas mengenai konsep penelitian yang dijelaskan sebelumnya.

Sedangkan fokus penelitian dimaksudkan untuk memberi batasan peneliti untuk memilih data mana yang lebih relevan untuk digunakan, hal ini bertujuan agar data yang tidak relevan tidak digunakan dan dicampur dengan data yang sedang di kumpulkan, meski data tersebut dianggap menarik (Moloeng, 2000). Berdasarkan penjelasan tersebut, Maka dari itu, fokus penelitian pada penelitian ini adalah gaya hidup masyarakat urban di Jakarta yang direpresentasikan atau digambarkan melalui unggahan - unggahan dari akun @Overheardjkt

### **1.6.2 Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif ialah suatu metode penelitian yang meneliti mengenai sekelompok individu, sebuah objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun sebuah peristiwa yang sedang terjadi dengan cara memberikan sebuah deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta – fakta dan sifat – sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki (Nazir, 2009). Pemilihan tipe penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memberi deskripsi dan gambaran mengenai representasi gaya hidup masyarakat urban di Jakarta dalam akun instagram @Overheardjkt

### 1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *textual analysis Thwaites*. Analisis tekstual Thwaites meliputi tanda, konotasi dan kode, denotasi, dan mitos.

Tanda sendiri merupakan objek yang merujuk pada sesuatu berdasarkan pada konteks atau pada budaya dimana tanda itu diproduksi dan direproduksi (Ida, 2018). Thwaites sendiri mengatakan bahwa kombinasi dari tanda – tanda atau *signs* sendiri adalah sebuah teks. Sedangkan konotasi dan kode merupakan hal yang kemungkinan ditekankan oleh para pembaca teks berdasarkan dengan posisi sosialnya. Konotasi sendiri berperan sebagai makna kultural yang diberikan dan melekat pada suatu hal. Misalnya coklat adalah tanda kasih sayang, atau cincin pemberian lelaki adalah tanda keseriusan dalam hubungan.

Denotasi sendiri adalah makna sebenarnya atau harfiah dari tanda, dimana makna tidak dikaitkan dengan apapun dan independen. Sedangkan yang terakhir, mitos, merupakan yang membuat analisis tekstual Thwaites ini menjadi lebih menarik. Mitos sendiri merupakan cerita, pengkodean yang terdapat didalam teks tersebut dan dipercayai, berlangsung terus menerus dan merupakan bagian dari budaya dalam masyarakat.

Platform seperti instagram memiliki karakteristik dimana terdapat teks tersebut. Disetiap unggahan, terdapat gambar, tulisan sebagai *caption*, dan pastinya makna yang dapat terbentuk dari unggahan tersebut. Komentar – komentar yang ditinggalkan oleh pengguna juga merupakan bukti persetujuan maupun ketidakpersetujuan dari konten tersebut. *Yooreka!* Menyebutkan bahwa, Platform Instagram merupakan platform paling efektif untuk memasarkan sebuah lifestyle melalui konten kontennya.

Pada penelitian ini, medium yang dimaksud adalah akun instagram @Overheardjkt. Peneliti berusaha untuk menganalisis unggahan - unggahan dari akun tersebut yang didalamnya terdapat representasi dari gaya hidup masyarakat urban di Jakarta

#### **1.6.4 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian digunakan untuk memberi batasan – Batasan pada subjek penelitian sebagai benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan (Arikonto, 2016). Sehingga, Subjek penelitian dari penelitian ini yaitu akun instagram @Overheardjkt.

#### **1.6.5 Unit Analisis**

Unit analisis dari penelitian ini text yang berupa postingan atau unggahan dari akun instagram *@Overheardjkt* yang menggambarkan gaya hidup masyarakat urban di Jakarta. Periode unggahan yang akan dijadikan objek penelitian adalah unggahan periode Desember 2019 sampai dengan Februari 2020. Pemilihan periode waktu tersebut didasari dengan alasan bahwa pada bulan – bulan tersebut, warga Jakarta kebanyakan menghabiskan banyak waktu diluar jadwal mereka biasanya dan bersenang - senang karena sedang libur dan waktu tersebut merupakan waktu yang ditunggu – tunggu oleh kebanyakan warga di Jakarta. Sehingga, gaya hidup urban masyarakat Jakarta semakin terlihat.

sedangkan pada saat bekerja, gaya hidup urban masyarakat Jakarta tidak terlalu terlihat karena dipenuhi dengan hiruk piruk dunia kerja dan Pendidikan. Peneliti juga akan melihat *like* dari postingan tersebut. Jumlah like dilihat didasari karena dengan menekan tombol *like*, pengguna secara tidak langsung setuju dengan postingan dari akun tersebut.

Postingan yang dipilih untuk dianalisis juga dipilih berdasarkan teori gaya hidup, yang dimana gaya hidup dilihat melalui tiga hal, yaitu, aktivitas, ketertarikan, dan pandangan mengenai kehidupan sekitar. Postingan – postingan yang mengandung tiga aspek tersebut dipilih dari postingan yang masuk ke periode yang telah dipilih dan dijelaskan sebelumnya.

#### **1.6.6 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam peneitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi, dimana peneliti menggunakan data dokumentasi berupa foto dari unggahan *@Overheardjkt* di instagramnya. Periode unggahan

yang akan dijadikan objek penelitian adalah unggahan periode Desember 2019 sampai dengan Februari 2020. Selain menggunakan teknik dokumentasi, peneliti juga menggunakan teknik obeservasi dengah mengamati unggahan - unggahan yang ada yang berkaitan dengan masyarakat urban di Jakarta.

Berikut adalah langkah – langkah untuk mengumpulkan data:

1. *Me-recap* seluruh postingan perioden Desember 2019 – Februari 2020
2. Memilih postingan yang untuk dianalisis
3. Menganalisis postingan tersebut dan melihat *top comment dan like* dari postingan terpilih

#### **1.6.7 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis tekstual Thwaites. Analisis tekstual meliputi penarikan makna dari sebuah teks yang sedang diteliti. Data yang terkumpulkan diinterpretasikan oleh peneliti berdasarkan bagan dari analisis tekstual milik Thwaites. Yaitu:

1. Melihat tanda – tanda yang ada dalam teks yang meliputi linguistik dan visual
2. Lalu mencari paradigma atau makna yang terkandung pada teks tersebut dengan mencari makna konotasi dan kode yang ada pada teks
3. Memberi makna pada data dan mencari makna denotasinya
4. Diakhiri dengan mencari dan membahas mitos yang terbentuk dari teks tersebut

Peneliti melakukan seleksi terhadap teks secara keseluruhan dengan mengidentifikasi bagian - bagian dari teks yang dipandang relevan dalam menjawab permasalahan utama dari penelitian yaitu bagian teks yang merepresentasikan masyarakat urban di Jakarta. Periode unggahan pun telah dibatasi yaitu sekitar Desember 2019 sampai dengan Februari 2020.