

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi aktivisme yang dilakukan oleh Komunitas *Kretek*. Sebuah komunitas yang secara aktif melakukan edukasi dan advokasi pada konsumen *kretek*. Eksplorasi aktivisme komunitas ini dilakukan pada akun instagram Komunitas *Kretek* dalam mengonstruksi *kretek* sebagai warisan budaya bangsa dan roda penggerak ekonomi masyarakat kelas sosial bawah. Komunitas tersebut secara aktif memproduksi pesan pesan gerakan sosial untuk melawan wacana arus utama yang menyudutkan eksistensi *kretek* sebagai komoditas berbahaya serta melabelkan stigma negatif kepada para pengonsumsi *kretek*.

Signifikansi dari penelitian ini adalah melihat bagaimana aktivitas yang dilakukan Komunitas *Kretek* di Instagram dalam mengonstruksi pesan untuk melawan wacana yang menyerang *kretek*. Sekaligus “merayakan”, menurut bahasa mereka, *kretek* sebagai warisan budaya bangsa” (Komunitas *Kretek* 2018). Penelitian sebelumnya belum pernah ada yang membahas mengenai dinamika aktivisme digital komunitas ini. Selain itu, pada penelitian ini juga menggunakan pemikiran Richard Terdiman (1985) mengenai *counter-discourse* untuk menganalisis penyusunan teks teks pada akun Instagram Komunitas *Kretek* untuk melawan wacana arus utama yang memarjinalkan *kretek* dan perokok.

Menurut sebuah artikel editorial Komunitas *Kretek* yang berjudul “Apa Sih Aktivitas Dan Kerjaannya Komunitas *Kretek*?” (2019), Komunitas *Kretek* adalah komunitas yang berfokus pada kegiatan advokasi hak dan edukasi konsumen *kretek*. Pada program kegiatan advokasi hak, komunitas ini melakukan upaya komunikasi politik terhadap pembuatan kebijakan terkait *kretek*. Seperti kebijakan Kementerian Keuangan terkait kebijakan cukai rokok, kebijakan Kementerian Komunikasi dan Informasi terkait iklan rokok, hingga kebijakan Presiden terkait Peraturan

Pemerintah tentang Tembakau. Sementara edukasi pada konsumen *kretek* dilakukan dalam bentuk penyebaran wacana publik melalui media sosial dan melakukan diskusi pada tongkrongan (Komunitas *Kretek* 2019).

Komunitas *Kretek* Indonesia memang aktif membagikan informasi seputar dunia *kretek* sebagai budaya bangsa dan roda perekonomian bagi masyarakat di Indonesia, seperti yang dijelaskan pada situs website Komunitas *Kretek*:

Komunitas asik yang merayakan kretek sebagai warisan budaya Indonesia, dan menjunjung tinggi kemandirian bangsa juga melawan ancaman asing terhadap komoditas lokal (Komunitas *Kretek* 2018).



Gambar 1. 1. Perokok Santun

Sumber: Instagram Komunitas *Kretek*, diakses pada tanggal 27 Januari 2021,
<https://www.instagram.com/komunitaskretek/>

Komunitas *kretek* juga memiliki motto “Perokok Santun”, melalui motto tersebut diharapkan stigma negatif pada rokok perlahan dapat terkikis pada persepsi masyarakat (Komunitas *Kretek* 2019). Oleh karena itu komunitas *kretek* tak lelah mengkampanyekan “Perokok Santun” pada konsumen rokok. Informasi yang dibagikan memiliki banyak nilai-nilai dan makna untuk mengedukasi *kretek* sebagai warisan budaya bangsa Indonesia. Melalui informasi tersebut, masyarakat yang sebelumnya sempat bingung dan tak memahami apa perbedaan *kretek* dengan rokok pada umumnya, menjadi tercerahkan dan memahami nilai-nilai dan budaya pada *kretek*. Informasi yang diberikan memiliki banyak bentuk, ada yang berupa

video, artikel opini dan berita yang diunggah pada situs website, serta infografis dengan tampilan gambar yang menarik dan tulisan fakta-fakta dan informasi.

Aktivisme Komunitas *Kretek* Indonesia menarik diteliti karena pergerakan yang dilakukannya ini merupakan gerakan sosial yang sengaja dilakukan untuk membentuk identitas perokok *kretek* agar tidak dipandang buruk di mata masyarakat. Selain itu komunitas ini juga menganggap bahwa ada wacana global yang dengan sengaja menempatkan tembakau sebagai barang berbahaya. Sebagai imbasnya berpengaruh pada penghancuran nilai nilai budaya pada *kretek*. Dipilihnya aktivisme untuk diteliti ialah, karena gerakan komunitas tersebut bertujuan untuk mendobrak wacana wacana arus utama yang berusaha menekan eksistensi *kretek*. Gerakan gerakan yang dilakukan adalah dengan memberikan edukasi untuk menghindarkan stigma buruk perokok dari masyarakat Indonesia.

Kretek sendiri memiliki aroma khas yang membangkitkan ingatan bagi mereka yang pernah mengunjungi Indonesia. Aroma *kretek* yang khas itu berasal dari cacahan cengkeh yang dipadukan dengan tembakau. Dibaur dan disatukan dengan saus khusus yang meningkatkan aroma. Nama *kretek* sendiri berasal dari bunyi cengkeh yang ketika dibakar menimbulkan suara *kretek-kretek*. Fenomena menghisap *kretek* ini ditemui tidak hanya pada satu kelas sosial tertentu. Sehingga *kretek* acap kali menjadi sesuatu yang mengalirkan pembicaraan dan mengaburkan jarak kelas sosial dalam sebuah percakapan (Hanusz 2011).

Kretek sebagai sebuah komoditas yang memunculkan pasar yang kuat, telah menjadi bagian kebudayaan Nusantara. *Kretek* bukan lagi sebuah komoditas semata. Seperti yang diungkapkan Mark Hanusz berikut:

“But kretek is more than just an “Indonesian cigarette”. It is also quint essential Indonesian product that was conceived in Indonesia by Indonesians and then developed into a commercial enterprise by native (pribumi) entrepreneurs and their Chinese counterparts (Hanusz 2011:18)

Kretek menjadi produk penting yang dikelola oleh orang Indonesia sendiri. Mulai dari pemasok bahan, pengelola, distributor hingga pasarnya adalah orang Indonesia sendiri. Maka tidak mengherankan jika pada saat krisis ekonomi '98 industri *kretek* masih tetap bertahan dan tidak ikut kena dampak krisis moneter pada tahun itu (Hanusz 2011).

Kekuatan dan kemapanan *kretek* sebagai sebuah industri didorong oleh budaya yang mengakar pada masyarakat dalam mengonsumsi *kretek*. Konsumsi *kretek* bukan lagi seperti konsumsi komoditas pada umumnya. Ada nilai budaya yang erat di dalamnya. Baik dari aroma kekhasan *kretek* itu sendiri maupun rantai produksinya. Produksi *kretek* yang menyerap banyak tenaga kerja membuatnya digantungi ribuan nasib buruh. Tak mengherankan Komunitas *Kretek* menyebut *kretek* selain warisan budaya bangsa juga penggerak roda perekonomian masyarakat. Banyak petani tembakau, petani cengkeh, pencacah cengkeh hingga buruh linting terlibat dalam proses produksinya.

Kemapanan industri rokok di Indonesia bisa dilihat dari data Kementerian Perindustrian. Data dari Kementerian Perindustrian mengungkapkan Industri Hasil Tembakau (IHT) merupakan sektor strategis domestik yang memiliki daya saing tinggi dan terus memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional (Kemenperin 2017). Data dari sumber yang sama menunjukkan bahwa kontribusi pembayaran cukai dari IHT pada tahun 2016 sebesar Rp 138,69 triliun atau 96,65 persen dari total cukai nasional.

Lebih lanjut dari sumber yang sama menunjukkan data *market share* industri rokok Indonesia pada tahun 2016. *Kretek* mendominasi pasar industri hasil tembakau dengan perolehan akumulasi *market share* sebesar 92,30 persen dari keseluruhan pasar rokok. Data ini menjelaskan eksistensi *kretek* dalam kancan industri domestik. Namun kemapanan ekonomi ini tidak didukung dengan stigma masyarakat mengenai *kretek*. Masih banyak dari masyarakat umum menilai buruk seorang perokok.

Anggapan tersebut biasanya beralasan karena rokok membahayakan bagi kesehatan dan berada di dekat perokok akan memberi efek buruk bagi kesehatan. Secara tidak langsung muncul anggapan orang yang merokok di depan umum merupakan sikap acuh terhadap lingkungan sekitar. Perokok ditempatkan sebagai sumber polusi lingkungan. Anggapan masyarakat itu jika ditelusuri tidak lahir begitu saja. Ada upaya sistematis yang dilakukan kelompok anti-tembakau untuk mewacanakan itu. Menggunakan data data riset, mereka menunjukkan bahaya laten dari merokok dan dengan antusias menghapuskan keberadaan rokok dalam masyarakat. Tanpa mengindahkan aspek historis dan nilai budaya pada simbol yang mereka serang.

Adalah Wanda Hamilton (2010) yang mengungkap gerakan kesehatan global yang penuh kepentingan perusahaan farmasi global. Dia menuliskannya dalam bukunya yang berjudul *Nicotine War: Perang Nikotin dan Para Pedagang Obat*, dia membahas bagaimana rokok yang awalnya dianggap sebagai kebiasaan yang hanya merugikan penggunanya. Lambat laun sengaja dikonstruksi sebagai wabah global yang harus dimatikan (Hamilton 2010).

Wacana tersebut diwujudkan dengan beragam *statement* bahwa asap rokok menjadi suatu racun yang mematikan, membunuh ribuan bayi dan orang dewasa tak bersalah. Mengucilkan para perokok sebagai kalangan yang tak dikehendaki secara sosial, serta hanya bisa dipulihkan kondisinya melalui “rehabilitasi” (Hamilton 2010). Lebih lanjut Szasz (2001 dalam Hamilton 2010) berpendapat bahwa wacana perang untuk memperebutkan nikotin itu membuat sebuah negara menjadi terapeutik. Negara yang menempatkan kesehatan pribadi menjadi penting dalam lingkup kesehatan kolektif yang diatur oleh negara.

Komunitas *Kretek* hadir sebagai respon dari para pemerhati *kretek* mengenai serangan wacana global terhadap *kretek*. Mereka secara aktif mengedukasi masyarakat mengenai *kretek* dan berkampanye tentang nilai penting sejarah yang terkandung pada eksistensi *kretek*. Selain itu mereka juga mengedukasi para perokok *kretek* agar menjadi perokok yang santun. Hal itu dilakukan agar nilai

kretek tetap terjaga sebagai warisan budaya bangsa. Komunitas *Kretek* memiliki beberapa media sosial untuk mengkampanyekan pesan-pesan aktivisme melalui *website* (komunitaskretek.or.id), Facebook (Komunitas *Kretek* Indonesia), Twitter (@Komunitas*Kretek*), dan Instagram (Komunitas *Kretek*). Pada penelitian ini, akun Instagram *Kretek*-lah yang dipilih. Dipilihnya akun instagram Komunitas *Kretek* karena pada platform ini produksi konten lebih rutin dan memiliki modal teks yang beragam yaitu postingan gambar, video, sorotan *story*.

Data yang dihimpun oleh *Statista.com*, jumlah pengguna Instagram di Indonesia berada di peringkat ke-4 terbesar di dunia sebesar 60 juta, setelah Amerika Serikat. Dilansir dari tagar.id, *NapoleonCat*, perusahaan analisis *social media marketing* mencatat bahwa jumlah pengguna instagram di Indonesia per November 2019 sejumlah 61.610.000 juta (Hamdan 2019). Angka tersebut mencapai seperempat populasi penduduk di Indonesia. *NapoleonCat* juga memaparkan bahwa orang-orang dengan usia 18- 24 tahun adalah grup pengguna paling besar, yaitu sejumlah 23 juta orang (Hamdan 2019).

Penggunaan instagram menjadi cocok ketika peneliti hendak meneliti usaha Komunitas *Kretek* dalam menyampaikan wacana *kretek* sebagai warisan budaya Indonesia kepada generasi muda. Begitupun juga dengan langkah apa saja yang dilakukan komunitas ini dalam memproduksi konten-konten yang memadukan foto, audio visual, dan lain sebagainya untuk menarik perhatian pengguna Instagram. Menurut pengamatan peneliti, per April 2020, *followers* yang dimiliki oleh akun Instagram Komunitas *Kretek* berjumlah 80.900 pengguna, angka yang cukup banyak bagi sebuah komunitas di Indonesia. Dengan banyaknya pengguna Instagram di Indonesia, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di media sosial ini.

Upaya perjuangan komunitas ini menurut peneliti sangat menarik untuk diteliti. Tentang bagaimana dinamika mereka melakukan aktivisme untuk memperjuangkan rokok *kretek* sebagai warisan budaya bangsa. Bagaimana mereka mengkonstruksi pesan pesan yang meng*counter* wacana arus utama tentang rokok.

Dan bagaimana pula identitas dibangun melalui simbol simbol dalam pesan untuk mempengaruhi audiens sebagai tujuan dari pergerakan mereka.

Pemikiran Terdiman (1985) mengenai *counter-discourse* diadopsi peneliti sebagai *framework* dalam menganalisis aktivisme digital yang dilakukan oleh Komunitas *Kretek*. Aktivisme digital tersebut meliputi penggunaan modal teks secara komprehensif untuk memproduksi wacana perlawanan. Peneliti juga memanfaatkan metode Multimodal Discourse Analysis (MMDA) sebagai cara untuk melakukan penelitian. Multimodal Discourse melihat bagaimana makna tiap teks dan keterhubungannya secara integral dan komprehensif untuk memunculkan suatu wacana (Kress 2012).

Gunther Kress (2012) menjelaskan bahwa MMDA merupakan metodologi yang ditawarkan untuk membaca produksi makna pada teks teks secara kohesif. Teks teks dipandang sebagai satu kesatuan tempat dimana wacana muncul. Tiap teks memiliki karakteristiknya masing masing dalam membentuk pemaknaan. Instagram sebagai sosial media yang memiliki karakteristik khusus sebagai platform komunikasi berbasis visual mempengaruhi kategorisasi modal teks yang diteliti. Maka dari itu teks akan dibagi menurut struktur Instagram dalam menyediakan fasilitas interaksi. Dimana kategorisasi modal teks meliputi postingan gambar, artikel video dan artikel monolog.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah berikut:

- Bagaimana Komunitas *Kretek* mengartikulasikan kepentingan-kepentingan (*interest*) mereka melalui wacana perlawanan (*counter-discourse*) terhadap wacana arus utama yang memberi stigma negatif tentang *kretek* lewat Instagram @komunitaskretek?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bentuk-bentuk aktivisme Komunitas *Kretek* pada Instagram dan artikulasi kepentingan mereka terhadap pandangan publik terhadap rokok *kretek*. Selain itu juga mengeksplorasi penggunaan tanda dalam teks teks pada akun Instagram. Pemunculan makna di dalamnya dan koherensi antar teks untuk mengetahui pembentukan wacana perlawanan (*counter-discourse*) terhadap wacana arus utama yang menyudutkan eksistensi *kretek*.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan bagaimana Komunitas *Kretek* melakukan aktivismenya di Instagram dalam rangka mengonstruksi teks teks untuk melakukan perlawanan terhadap wacana arus utama penyudutan *kretek*. Selain itu peneliti berharap hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi penelitian *kretek* kedepan sebagai penambah khasanah pengetahuan mengenai aktivisme digital *kretek* di Indonesia.

1.5 TINJAUAN PUSTAKA

1.5.1 *Cyberactivism* di Media Sosial

Kajian awal mengenai *cyberactivism* dimulai ketika adanya protes dan gerakan global yang diinisiasi melalui internet. Pada awalnya aktivisme online masih berkuat pada penggunaan email dan *website* untuk mobilisasi massa. Aktivisme yang berkembang di internet ini menjadi dasar berkembangnya aktivisme siber baru setelah adanya digitalisasi dan munculnya sosial media. Vegh (2003) mendeskripsikan aktivisme online sebagai aksi proaktif untuk mencapai sebuah tujuan tertentu atau bisa juga aksi reaktif sebagai perlawanan terhadap otoritas yang mengontrol dan menekan mereka.

Lebih lanjut Vegh (2003) menyebutkan aktivisme berbasis internet ini memiliki 3 tipologi berdasarkan jenis tujuan dan pergerakan aksi, yaitu

awareness/advocacy; *organization/mobilization*; dan *action/reaction*. Pertama, aktivisme pada area *awareness/advocacy* bertujuan memberikan kesadaran publik, mengorganisir gerakan dan membuat tindakan untuk mendulang dukungan publik secara aktif. Pada area ini pemanfaatan internet sebagai saluran distribusi informasi memiliki peranan penting. Internet memberi alternatif informasi yang umumnya tidak disampaikan dalam media mainstream karena adanya kontrol oleh kelompok kepentingan yang hendak dilawan oleh para aktivis (Vegh 2003).

Kemudian aktivisme pada area *organization/mobilization*. Aktivisme ini secara umum menggunakan internet untuk mobilisasi aksi melalui 3 cara. Pertama, memanfaatkan internet untuk menyebarkan ajakan mengenai diadakannya suatu aksi kepada peserta aksi secara online, seperti pengiriman email atau postingan website. Kedua, melakukan kontak secara efisien kepada para pemangku kepentingan untuk melancarkan aksi. Seperti mengontak anggota dewan melalui email. Ketiga, internet digunakan untuk mengajak dan mengkoordinasi sebuah aksi yang memang dilakukan secara online, seperti koordinasi *spamming* atau penyerangan online secara masif kepada server yang disasar. Tipe mobilisasi online ketiga ini mengantarkan kepada aktivitas online selanjutnya yang dinamakan *hacktivism* (Vegh 2003).

Pada area ketiga aktivisme online, *action/reaction*, ini berkuat dengan *hacker*. Dimana aktivisme golongan ketiga ini memanfaatkan secara penuh potensi internet selain untuk berkoordinasi dan mengumpulkan simpati publik, juga melakukan penyerangan server pada website organisasi yang disasar aktivis. Seperti membuat domain website parodi yang mirip dengan aslinya untuk membajak *traffic* website asli. Pembajakan itu selaras dengan aksi turun lapangan, seperti protes massa terhadap *World Trade Organization* (WTO) pada 1999 untuk melawan imperialisme kapitalis (Vegh 2003).

Kedatangan sosial media memberikan dampak yang signifikan terhadap pergerakan sosial, termasuk aktivisme. Aktivisme yang berkembang kini banyak memanfaatkan platform sosial media. Meski demikian kedatangan sosial media

disambut dengan berbagai pandangan. Menurut Kidd (2016) ada 3 kubu pemikiran yang secara umum berpendapat mengenai dampak sosial media terkait dengan keberhasilan pergerakan sosial. Pertama kubu pemikiran yang sangat optimis bahwa sosial media menjadi platform katalis yang akan mengantarkan masyarakat ke arah yang lebih demokratis (*Techno-optimism*). Kubu berikutnya memiliki spektrum pandangan yang berlawanan. Dengan melihat sosial media hanya akan menjadi alat penguasa untuk semakin memperkuat dominasinya (*Techno-pessimism*). Sementara kubu ketiga memiliki pemikiran lebih moderat yang menengahi kedua spektrum pandangan sebelumnya (*Techno-ambivalence*).

Pandangan optimis melihat kedatangan sosial media memiliki potensi untuk menyelesaikan persoalan sosial dan membuat perubahan sosial yang baru. Baik permasalahan sosial yang tingkatnya global atau sekedar mendorong proses demokrasi pada masyarakat (Kidd 2016). Menurut Castells (2012 dalam Kidd 2016) menjelaskan bahwa kedatangan sosial media akan membuat apa yang dinamakan sebagai *network society* atau *informational society* dimana kekuatan berada di tangan mereka yang membuat koneksi. Dalam kondisi itu, sosial media menjadi bentuk logis dari komunikasi. Castells mengakui bahwa pergerakan sosial perlu apa yang dia namakan *occupied space*, sebuah ruang nyata dimana para protestan dan aktivis berkumpul, merencanakan dan melakukan aksi. Sosial media hanyalah sebuah pengantar dan komplemen dari aktivisme nyata tersebut (Kidd 2016).

Pandangan lain yang pesimis diungkapkan oleh Morozov (2011 dalam Kidd 2016) bahwa dari sisi sejarah penggunaan Internet dengan kuasa barunya justru lebih banyak efektif digunakan oleh rezim yang berkuasa. Teknologi yang seharusnya diciptakan untuk mengembangkan individu dan mempercepat laju demokratisasi. Justru diperkuat oleh dominasi perusahaan dan memproduksi generasi *couch potato* (Kidd 2016). Sejalan dengan itu Hassanpour (2014 dalam Kidd 2016) menjelaskan masalah lain dari sosial media adalah disrupsi atau gangguan informasi. Banyaknya pengguna dan kemudahan akses adalah penyebab

utama arus informasi menjadi terlalu berlebihan dan mengganggu jalannya aktivisme.

Sementara itu para *techno-ambivalence* pada satu sisi mengakui kebaruan dan potensi sosial media. Namun pada sisi lain melakukan kritik dan menilai batasan dari sosial media. Seperti yang diungkapkan oleh Murthy (2013 dalam Kidd 2016) menyebutkan bahwa protes -yang terjadi di Cairo- tidaklah disebabkan oleh sosial media. Sosial media -dalam kasus ini Twitter- lebih tepat berfungsi sebagai sumber daya yang berguna. Kavada (2015 dalam Kidd 2016) lebih lanjut menjelaskan dinamika dan proses terbuka dalam pembentukan identitas kolektif dalam sosial media memiliki peran krusial dalam keberhasilan aktivisme. Sosial media menjadi kunci komunikasi dalam mempertahankan dan membentuk identitas anggota. Proses tersebut terjadi pada struktur yang terdesentralisasi dimana penggunaan makna simbolik dimanfaatkan untuk tujuan tertentu dalam pergerakan sosial (Kreiss & Tufekci 2013 dalam Kidd 2016).

Ozgul (2020) lebih lanjut meneliti bagaimana kepemimpinan suatu aksi berbasis konektivitas membentuk identitas kolektif dalam penggunaan wacana di dalamnya. Ozgul menyebutnya sebagai *the soft leaders*. Pada model kepemimpinan aksi digital ini dia meneliti aktivisme pada halaman Facebook “Kullena Khaled Said” yang dikelola oleh Wael Ghonim. Dia memperingati kejadian terbunuhnya Khaled Said karena brutalitas polisi. Peringatan Khaled Said ini memunculkan duka bersama diantara para aktivis. Mendorong anggota untuk terhubung secara emosional dan moral dalam mengenang Said. Kesamaan identitas antara Khaled dengan kelompok kelas menengah Mesir membuat pemuda kelas menengah menyukai laman tersebut. Serta memberi efek *snowball* untuk memberikan reaksi pergerakan. Pergerakan tersebut dilandasi oleh identitas kolektif yang terbentuk atas solidaritas terhadap figur Khaled Said untuk menolak ketidakadilan dan kekerasan (Ozgul 2020).

Selain itu penggunaan bahasa juga krusial dalam membentuk identitas kolektif dalam aktivisme digital (Ozgul 2020). Wael pada laman Facebooknya

menggunakan bahasa dan dialek keseharian yang dekat dengan pemuda Mesir. Sehingga *followers* lebih mudah untuk memahami pesan di dalamnya. Penggunaan bahasa tersebut memfasilitasi identifikasi antara anggota dengan sosok Khaled. Herrera dalam Ozgul (2020) menyebutkan pengenalan sesama pemuda, kelas menengah, gaya hidup, gurauan, pengetahuan dan emosional antara Khaled dan anggota adalah pemicu terbentuknya identitas kolektif. Maka dari itu untuk menarik perhatian partisipan online, aktivis harus mampu menyentuh subjek. Dimana partisipan mampu mengidentifikasi dirinya terhadap simbol yang dimunculkan (Ozgul 2020).

1.5.2 Instagram : Platform komunikasi visual digital

Penggunaan visual secara meluas pada platform Instagram membentuk pola kebiasaan bagaimana pengguna berinteraksi secara online. Pada era digital, hubungan sosial sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial yang terjadi pada ruang ruang yang ditawarkan oleh *new media*. Kemunculan bentuk baru sosialisasi dengan *Computer Mediated Communication* (CMC) menjadi penting untuk diperhatikan. Lebih lanjut menurut Poster dalam Serafinelli (2018) menawarkan kedekatan istilah *mediated* dengan *imagined communities*. Dimana dalam dunia konektivitas siber ini hubungan suatu komunitas didasarkan pada kesamaan minat. Hubungan sosial pada platform online merupakan konstruksi ide. Transformasi konsep menjadi *mediated communities* memberi pandangan bahwa platform sosial media memiliki kekuatan untuk membentuk kedekatan sosial yang baru.

Menurut Serafinelli (2018) penggunaan visual dalam berkomunikasi adalah salah satu bentuk hubungan sosial yang termediasi. Instagram merupakan platform sosial media yang menawarkan fasilitas utama berupa *photosharing* (berbagi gambar). Melalui fasilitas utama ini Instagram membuat dan mempertahankan interaksi penggunaanya melalui komunikasi visual. Visualisasi hasil fotografi yang ditampilkan, membuat pengguna merasa menjadi bagian dari perjalanan pengguna lain (Serafinelli 2018). Instagram menjadi sebuah alat untuk mengelola dan mempertahankan hubungan sosial berbasis visual. Gaya bercerita pengguna melalui

visual foto foto yang mereka tangkap menjadi praktek yang memperkuat ikatan hubungan antar pengguna. Dengan portabilitas aplikasi Instagram, semakin memperkaya interaksi visual yang terjadi. Ditambah lagi penggunaan *smartphone* dengan kamera canggih semakin mempermudah interaktivitas pengguna (Serafinelli 2018).

Penggunaan fotografi sebagai medium interaksi keseharian memiliki peran yang sangat berguna. Perkembangan teknologi fotografi lebih lanjut semakin mengarahkan orang orang untuk memanfaatkannya sebagai medium penguat ingatan dan penunjang komunikasi (Serafinelli 2018). Meski demikian foto saja tidak cukup sebagai alat keterikatan sosial. Foto sebagai visual elemen diharapkan mengantarkan ketertarikan antar pengguna lebih jauh dari sekedar memotret. Interaktivitas yang dihasilkan dari proses berbagi foto itu menjadi lebih penting. Dengan begitu Instagram menjadi alat visual yang memunculkan ekspresi baru dalam berhubungan sosial (Serafinelli 2018).

Struktur platform Instagram menurut Serafinelli (2018) memunculkan tiga tipe interaksi yang disediakan Instagram melalui 3 fasilitas utama yaitu follow, like dan komentar. Sistem yang berbasis *follow*, membuat pengguna harus mengikuti akun lain terlebih dahulu untuk bisa mengikuti perkembangan akun. Dengan begitu memungkinkan pengguna untuk berinteraksi melalui like dan kolom komentar. Namun akun juga bisa diubah ke mode privasi. Sehingga membuat pengguna yang memiliki ketertarikan saja yang mem*follow* dan bisa melihat konten visual. Model interaksi dalam instagram tidak hanya memunculkan interaksi satu dengan yang lain. Namun secara umum interaksi terjadi pada fokus isu tertentu yang ditampilkan dalam gambar. (Armstrong & Hagel dalam Serafinelli 2018).

Serafinelli (2017) mengklasifikasi pengguna instagram ke dalam dua kluster, pengguna biasa dan anggota komunitas Instagram (Igers). Lebih lanjut berdasarkan tingkat partisipasinya, Igers juga dibagi menjadi manajer komunitas Igers dan anggota biasa. Perbedaan yang jelas antara Igers dan pengguna biasa adalah pengalaman bersosialisasi dalam platform. Pengguna biasa cenderung tidak

melihat Instagram sebagai platform untuk membentuk hubungan sosial. Sebaliknya, Igers yang sudah memiliki ketertarikan pada komunikasi secara visual melihat potensi lebih dari Instagram. Mereka melihat otentifikasi Instagram yang memanfaatkan fotografi sebagai pusat topik untuk interaksi dan komunikasi (Serafinelli 2018).

Karakteristik Instagram dengan kekuatan visualnya disebut oleh Serafinelli (2018) menghubungkan pengguna melewati batas batas sosial seperti batasan wilayah dan bahasa. Sama halnya dengan sosial media lain, Instagram juga mendorong kebebasan untuk menjalin hubungan dengan orang yang tidak dikenal sebelumnya. Hal itu dimungkinkan ketika antar pengguna memiliki ketertarikan bersama pada pesan visual dalam Instagram, terutama dengan sesama Igers. Maka dari itu biasanya untuk mempertahankan dan mengembangkan hubungan. Para manajer komunitas Igers mengadakan kontes foto dengan mengajak Igers untuk juga memposting foto atau video pendek menggunakan hastag tertentu. Melalui hastag ini para Igers terhubung dan saling berinteraksi melalui kolom komentar (Serafinelli 2018).

1.5.3 Wacana Arus Utama Anti-rokok

Wanda Hamilton adalah orang yang mengkritisi gerakan kesehatan global yang penuh kepentingan perusahaan farmasi global. Hamilton (2010) dalam bukunya yang berjudul “*Nicotine War: Perang Nikotin dan Para Pedagang Obat*” membahas bagaimana rokok yang awalnya dianggap sebagai kebiasaan yang hanya merugikan penggunaannya. Lambat laun sengaja dikonstruksi sebagai wabah global yang harus dimatikan.

Wacana tersebut diwujudkan dengan beragam *statement* bahwa asap rokok menjadi suatu racun yang mematikan, membunuh ribuan bayi dan orang dewasa tak bersalah. Mengucilkan para perokok sebagai kalangan yang tak dikehendaki secara sosial, serta hanya bisa dipulihkan kondisinya melalui “penanganan” (Hamilton 2010). Szasz (2001 dalam Hamilton 2010) menjelaskan bahwa wacana perang untuk memperebutkan nikotin itu membuat sebuah negara menjadi terapeutik.

Negara yang menempatkan kesehatan pribadi menjadi penting dalam lingkup kesehatan kolektif yang diatur oleh negara.

Wacana global yang menyerang rokok sebagai penyebab utama kanker paru paru, meskipun benar, disusupi oleh kepentingan industri farmasi global. Awal penemuan manfaat nikotin dan tembakau untuk kepentingan terapi, memunculkan masalah bagi perusahaan farmasi. Masalahnya adalah nikotin itu sendiri tidak bisa dipatenkan. Sehingga gerakan anti-tembakau menjadi kendaraan perusahaan farmasi itu menuju pasar milyaran dollar melalui produk pengganti nikotinnya (Hamilton 2010). Maka dari itu kata “penanganan” menjadi penting karena perokok yang perlu ditangani “ketagihannya” memerlukan produk pengganti nikotin yang dijual masif oleh perusahaan farmasi global ini.

Bahaya merokok seolah menjadi sebuah pengetahuan yang mendikte sikap masyarakat untuk bersikap terhadap produk tembakau, termasuk *kretek*. Pergeseran SKT ke SKM juga dipengaruhi wacana global ini. Namun yang lebih berbahaya adalah kampanye anti-tembakau berupa larangan keras iklan tembakau, larangan merokok di tempat umum, dan pendidikan anti-tembakau di sekolah (Hamilton 2010). Normalisasi pengetahuan itu yang membuat perokok *kretek* termarginalkan, dianggap buruk pada kacamata sosial masyarakat.

Normalisasi pengetahuan itu menjadi modal simbolik yang digunakan untuk mendominasi dan menekan kelompok yang lebih lemah. Dalam hal ini adalah para perokok *kretek* itu digempur dengan simbol simbol dan wacana yang menyudutkan mereka. Eksistensi *kretek* sebagai warisan budaya bangsa perlahan tergerus oleh wacana *kretek* yang mematikan. Apalagi kadar nikotin dari *kretek* lebih besar daripada rokok putih biasa.

Di tengah pergulatan itu muncul sebuah pergerakan sosial yang mewacanakan kembali, dengan bahasanya merayakan, *kretek* sebagai warisan budaya bangsa. Komunitas itu menjadi salah satu pelopor gerakan mengembalikan dan mengingatkan bahwa *kretek* adalah warisan budaya bangsa. Serta mengedukasi para perokok agar menjadi perokok santun. Komunitas itu bernama Komunitas

Kretek (Komunitas *Kretek* 2019). Salah satu aktivisme yang dilakukan oleh komunitas ini adalah melalui akun Instagram Komunitas *Kretek*.

1.5.4 *Counter-Image* sebagai *Counter-Discourse*

Aktivisme yang dilakukan oleh Komunitas *Kretek* di Instagram, seperti yang dijelaskan sebelumnya, berjalan pada platform komunikasi berbasis visual. Aktivisme yang dilakukan oleh komunitas ini bertujuan untuk memperjuangkan *kretek* sebagai warisan budaya bangsa sekaligus melawan wacana arus utama yang menyudutkan eksistensi *kretek*. Pesan pesan yang diproduksi dalam konten Instagram berisi perlawanan terhadap wacana arus utama yang memarginalkan *kretek* maupun pengonsumsinya. Konten yang berisi diskursus perlawanan terhadap wacana dominan ini akan dianalisis menggunakan pemikiran Richard Terdiman mengenai *counter discourse*.

Terdiman dalam bukunya yang berjudul *Discourse / Counter-Discourse* (1985) mengeksplorasi perlawanan simbolis yang terjadi pada konteks budaya Perancis abad 19. Lebih khususnya penelitian ini mengadopsi kacamata pemikiran Terdiman pada perlawanan diskursus melalui gambar atau yang disebutnya sebagai *counter image*. *Counter-discourse* melihat fungsi objek sebagai simbol yang merepresentasikan dunia secara berbeda. Menurut Terdiman (1985) proyeksi yang muncul bukan hanya sebagai kontradiksi diskursus atau wacana arus utama. Melainkan mendeteksi dan memetakan kode kode yang digunakan wacana arus utama untuk mendikte pemahaman masyarakat serta melakukan perlawanan terhadapnya. Pertarungan diskursif yang terjadi mempertaruhkan representasi sosial itu sendiri.

Pada perselisihan hegemoni dengan kontra hegemoni dalam memperebutkan makna dan kendali atas simbol sosial, tanda dan representasi tertentu memiliki makna sekunder (Terdiman 1985). Makna makna itu terdeteksi ketika saling bertarung satu dengan yang lain. Terdiman secara khusus mengamati gambar gambar satir pada koran. Gambar gambar satir tersebut muncul dengan melibatkan tanda tanda fundamental yang heterogen. Representasi visual yang satir

itu menyajikan representasi lain secara berbeda. Sebagai alternatif dari apa yang dianggap dominan sebagai nyata dan alternatif wacana terhadapnya. Dengan begitu gambar memiliki potensi untuk menemukan alternatif kritis terhadap praktik kata yang mengelilinginya (Terdiman 1985).

Wacana mengenai dunia sosial akan selalu dikontestasikan dan karenanya pertarungan sosial dalam perjuangan melawan hegemoni nyata adanya. Pertarungan sangat intens terjadi pada makna isu tertentu yang dipertarungkan. Kontestasi itu bertujuan untuk mengontrol atau menetralkan kekuatan arus utama. Dengan kata lain *counter-discourse* hendak memproduksi wacana perlawanan terhadap kelompok arus utama yang dilawannya (Terdiman 1985).

1.5.5 *Multimodal Discourse Analysis (MMDA)*

Multimodal discourse muncul sebagai sebuah metodologi yang berangkat dari persoalan antara teks dan wacana (discourse). Gunther Kress pada *The Routledge Handbook of Discourse Analysis* (2012) menjelaskan bahwa konfigurasi suatu wacana akan hadir pada teks manapun. Maka dari itu dalam pendekatan Multimodal Discourse yang ditawarkannya. Teks didefinisikan sebagai material tempat munculnya suatu diskursus atau wacana yang imateri. Berangkat dari definisi itu, Kress (2012) menjelaskan bahwa cara kerja metode Multimodal Discourse layaknya merajut benang benang teks untuk mengetahui koherensi wacana yang dimunculkannya. Siapa yang memproduksi teks teks tersebut dan apa wacana yang dimunculkannya, menjadi isu penting yang hendak dijawab dengan metode ini.

Teks pada Multimodal Discourse memiliki banyak variasi materi seperti tulisan, music, gambar, perkataan dan simbol lainnya. Ragam teks itu disusun pada sebuah benang teks yang akan dicari bentuk koherensinya. Bagaimana desain dari susunan teks teks itu, proses komposisi dan produksinya untuk memunculkan wacana. Modal teks yang berbeda itu dianalisis penggunaanya secara koheren dengan elemen teks lain dan elemen lingkungan teks tersebut dimunculkan (Kress 2012). Koherensi juga dilihat pada interpretasi atas teks teks tersebut. Meskipun

ada kemungkinan interpretasi tidak sesuai dengan wacana yang diharapkan muncul pada teks.

Koherensi menurut Kress (2012) berfungsi sebagai karakteristik dari teks. Koherensi teks merujuk pada tatanan sosial yang direpresentasikannya. Seperti lingkungan sosial dimana teks itu dibuat dan apa yang diproyeksikan oleh teks teks itu menjadi alat semiotik untuk memunculkan wacana. Kekuasaan selalu terlibat dalam koherensi sebuah teks, baik pada proses pembuatan teks maupun pembuatan kembali teks atau interpretasi yang muncul. Prinsip koherensi ini membedakan kelompok komunitas satu dengan yang lain. Seperti perbedaan generasi dan latar belakang sosial menimbulkan jarak sosial dan semiotik pula (Kress 2012). Teks lebih lanjut menjadi sarana untuk membaca kepentingan dan tujuan antar institusi yang terlibat dalam pembuatan teks. MMDA dengan begitu bertujuan untuk mengelaborasi penggunaan alat alat simbolis itu untuk menyediakan konsep hubungan antara apa makna yang dimunculkan komunitas dan manifestasi semiotiknya (Kress 2012).

Tiap teks secara integral terhubung satu dengan yang lain. Modal teks yang beragam itu harus disikapi secara berbeda. Sebab tiap teks dipandang sebagai potensi material yang membentuk wacana secara khusus. Namun antar teks tetap harus dianalisis secara komprehensif sebagai satu kesatuan pembentuk wacana. Maka dari itu kategorisasi modal menjadi penting dilakukan. Tiap kategorisasi itu didasarkan pada karakteristik material dan keterjangkauan semiotiknya untuk pembentukan sosial (Kress 2012). Pada penelitian ini kategorisasi itu didasarkan atas struktur Instagram yang menyediakan interaksi berbasis komunikasi visual, yaitu postingan gambar dan postingan video.

Dengan menggunakan Multimodal juga memungkinkan untuk menjawab pertanyaan seputar pembentukan makna, seperti halnya siapa saja agen pembentuk makna, bagaimana identitas yang dibentuk melalui penggunaan tanda dan pembentukan kesepakatan sosial (Kress 2012). Pemunculan wacana pada integrasi teks teks juga akan membaca bagaimana pengetahuan diproduksi, dibentuk dan

disusun secara berbeda pada tiap modal teks. Perbedaan MMDA dengan analisis discourse yang lain terletak pada pandangannya mengenai keterbatasan bahasa atau parsialitas bahasa.

Bahasa hanya membawa sebagian makna saja dalam tiap konstruksi teks secara keseluruhan. Keterbatasan ini menjadi masalah ketika hanya menggunakan bahasa saja untuk memperhitungkan suatu makna. Maka dari itu Kress (2012) mencontohkan bagaimana perkataan dan tulisan harus dibedakan menjadi dua modal teks berbeda meskipun secara pembahasaannya memiliki struktur yang sama. Lebih lanjut makna dalam tiap modal dalam pandangan MMDA tidak bisa dipandang secara implisit. Layaknya makna tersembunyi dalam struktur bahasa pada analisis wacana pada umumnya. Bagi Kress (2012) semua makna pada semua modal pada suatu budaya memiliki makna eksplisit.

Kress (2012) mencontohkan bagaimana pemilihan tanda pada modal teks mengkonstruksi pengetahuan yang spesifik. Dia mencontohkannya dengan dua rambu mengenai instruksi jalan menuju supermarket. Pemakaian model ukuran tulisan, warna dan gambar pada rambu tersebut mengarahkan interpretasi pembacanya. Secara eksplisit memang rambu tersebut menunjukkan posisi pengemudi sekarang dan memberikan arahan bagaimana menuju Supermarket. Namun selain arah geografis, rambu tersebut juga menunjukkan arah sosial. Rambu juga merepresentasikan selera dan afiliasi sosial dalam memilih Supermarket. Tanda tersebut membawa makna mengenai identitas bersamaan dengan *branding* Supermarket yang dibawahnya (Kress 2012).

1.6 METODOLOGI PENELITIAN

1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih oleh peneliti agar bisa mengeksplorasi secara mendalam fenomena komunikasi yang diteliti. Dalam hal ini adalah aktivisme yang sengaja dilakukan untuk memproduksi budaya pada suatu komoditas. Peneliti akan melakukan

analisis secara kohesif terhadap teks teks yang muncul pada akun Instagram Komunitas *Kretek* di Instagram. Hal tersebut peneliti lakukan karena tiap teks memiliki karakter khusus terhadap pembentukan wacana sebagai satu kesatuan yang integral. Peneliti hendak mengeksplorasi aktivisme bentuk aktivisme digital yang dilakukan Komunitas *Kretek* dalam mengonstruksi pesan pesan di postingan Instagram. Dengan tujuan untuk membaca keterhubungan, makna dan wacana perlawanan yang dimunculkan. Perlawanan wacana *kretek* itu tampak pada modal modal teks yang ditampilkan pada akun Instagram Komunitas *Kretek* beserta interaksi para *followers* dalam menanggapi teks di komentar postingan.

1.6.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif dipilih karena sifat penelitiannya yang terbuka pada beragam analisis untuk mengupas makna makna yang muncul dalam teks. Serta membaca kepentingan, wacana perlawanan dan keterhubungan dalam teks sebagai suatu bentuk aktivisme digital. Dalam penelitian eksploratif semua data data terkait produksi pesan Komunitas *Kretek* di Instagram dianggap penting bagi peneliti sebagai sumber informasi yang belum pernah diketahui sebelumnya.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode Multimodal Discourse Analysis (MMDA). Metode tersebut dipilih karena sesuai dengan objek komunikasi yang dikaji dalam penelitian ini. Objek penelitian yang berupa teks teks digital pada akun Komunitas *Kretek* di Instagram. Teks teks itu diproduksi sebagai bentuk aktivisme digital dalam melawan wacana arus utama yang menyudutkan *kretek*. Sehingga untuk memahami aktivisme digital itu peneliti menilai metode MMDA yang paling cocok digunakan. MMDA sendiri berangkat dari persoalan antara teks dan wacana (discourse). Gunther Kress pada *The Routledge Handbook of Discourse Analysis* (2012) menjelaskan bahwa konfigurasi suatu wacana akan hadir pada teks manapun. Maka dari itu Teks dilihat sebagai material tempat munculnya suatu diskursus atau wacana. Cara kerja metode Multimodal Discourse adalah dengan

menganalisis secara integral dan kohesif beragam modal teks dengan tujuan untuk mengetahui koherensi wacana yang dimunculkannya. Siapa yang memproduksi teks teks tersebut, bagaimana keterkaitan antar teks dan apa wacana yang dimunculkannya. Menjadi pertanyaan penting yang dijawab dengan dengan metode ini.

1.6.4 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah akun sosial media Komunitas *Kretek* di Instagram. Akun Instagram Komunitas *Kretek* diteliti dengan memperhatikan karakteristik teks teks yang muncul serta wacana di dalamnya. Selain elemen teks, peneliti juga melihat elemen lingkungan teks tersebut diproduksi yakni isu terkait *kretek* pada konten Instagram Komunitas *Kretek* dan agenda wacana penyudutan *kretek*.

1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah segala produksi pesan Komunitas *Kretek* di Instagram. Baik itu berupa postingan gambar maupun berbentuk video dari akun Instagram Komunitas *Kretek*. Hasil penelitian ini berupa narasi berisi penjabaran hasil analisis multimodal teks untuk melihat aktivitas Komunitas *Kretek* di Instagram selama 3 bulan, yakni pada bulan Januari hingga Maret tahun 2020. Rentang waktu 3 bulan dari Januari sampai Maret dipilih karena pada bulan itu aktivitas komunitas sangat intens. Dikarenakan beberapa isu penting yang terkait dengan regulasi rokok *kretek* di Indonesia, antara lain: isu kebijakan kenaikan cukai rokok, isu rokok sebagai biang kemiskinan, isu alienasi perokok melalui kebijakan KTR (Kawasan Tanpa Rokok), isu stigma berganda pada perempuan perokok dan isu ratifikasi FCTC (*Framework Convention of Tobacco Control*).

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah dengan melakukan koleksi data berupa teks teks pada postingan akun Instagram Komunitas

Kretek. Teks yang dikumpulkan oleh peneliti terbatas pada pesan-pesan yang terdapat pada kolom postingan Instagram berupa postingan berbasis gambar dan video atau yang disebut IGTV. Alasan peneliti untuk membatasi koleksi data hanya pada teks yang ada pada kolom postingan disebabkan kolom postingan adalah fasilitas utama produksi pesan yang disediakan oleh pihak Instagram bagi pengguna aplikasi. Pesan yang diunggah pada kolom postingan tidak memiliki batas waktu unggahan seperti storygram yang hilang setelah kurun waktu 24 jam. Sehingga peneliti bisa mengakses semua teks yang diunggah selama periode penelitian.

Proses pengumpulan data dilakukan selama 3 bulan. Dimulai dari tanggal 01 Januari 2020 hingga 30 Maret 2020. Data-data teks tersebut kemudian dipilah berdasarkan jenis postingan. Pada lampiran data terdapat dua jenis data postingan yaitu data berbasis gambar dan berbasis video. Tiap jenis data postingan itu disusun berdasarkan urutan waktu postingan. Secara khusus, data postingan berbasis video akan ditranskripsikan oleh peneliti pada bagian lampiran. Sehingga memudahkan peneliti untuk mengeksplorasi temuan-temuan yang hendak dianalisis.

Hasil pengumpulan data oleh peneliti kemudian diolah dan dianalisis kedalam bentuk analisis tekstual yang bertujuan untuk mengungkapkan motivasi tersembunyi pada tiap isu dalam pesan postingan Instagram Komunitas *Kretek*. Hal itu dimaksudkan agar peneliti mampu mengungkapkan wacana perlawanan yang dilakukan oleh Komunitas *Kretek* dalam menanggapi gempuran wacana arus utama yang menyudutkan perokok *kretek*. Serta mengeksplorasi cara kerja susunan pesan sebagai sumber daya pembentuk makna melalui hubungan intertekstualitas pada teks sebagai satu kesatuan.

1.6.7 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti mengadopsi metode yang diperkenalkan oleh Gunther Kress (2010) yaitu metode Multimodal Discourse Analysis (MMDA). Metode MMDA pada prinsipnya seperti metode analisis tekstual pada umumnya yang berusaha mendekonstruksi interpretasi peneliti atas teks dalam lingkup sosial politik (Ida 2014). Namun ciri khas dari metode MMDA

adalah bagaimana metode ini melihat teks sebagai realitas semiotik yang membawa makna secara penuh atau komplit (Kress 2010). Dengan asumsi bahwa sumber daya atau *resource* untuk merealisasikan makna memiliki hubungan kohesif dalam bangunan sebuah teks.

Maka dari itu pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan membedah data postingan akun Instagram Komunitas *Kretek* untuk dieksplorasi sumber daya/ modal/ *resource* apa saja yang menyusun tiap postingan itu menjadi kesatuan teks. Adapun *resource* yang ditawarkan oleh Kress (2010) sebagai alat/ *tools* pembuatan makna adalah wacana, *genre*, mode, jalur hubungan intertekstualitas (*linking*) dan deiksis. Masing masing *resource* tersebut dijelaskan lebih lanjut pada bagian analisis dan interpretasi data.

Pengkajian eksploratif mengenai makna yang muncul dalam teks menjadi inti tujuan pengolahan data yang dilakukan peneliti. Sebab dengan mengungkap makna yang dimunculkan dalam teks. Maka peneliti mampu untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana wacana perlawanan dibentuk oleh Komunitas *Kretek*. Untuk mengetahui wacana perlawanan tersebut, maka *genre* dalam teks berupa isu isu terkait eksistensi *kretek* akan menjadi acuan peneliti dalam kajian eksploratif peneliti. Sementara wacana perlawanan atau *counter-discourse* yang diproduksi Komunitas *Kretek* sendiri merupakan fokus utama dalam penelitian ini.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Analisis yang dilakukan oleh peneliti mengadopsi pemikiran Gunther Kress (2010) dalam mengamati susunan suatu teks yaitu dengan mempertimbangkan pembentukan makna yang dimaterialisasikan pada mode dalam teks. Kress (2010) dalam metode *Multimodal Discourse Analysis* (MMDA)-nya menjelaskan bahwa proses semiotik bermula dari *brainstorming* proses retorik yang menekankan pada motif politis atas makna yang hendak direalisasikan. Kemudian berlanjut pada proses desain yang mengupas bagaimana *framing* dalam penyajian makna, pengaturan susunan atau *order* teks, konteks sosial budaya dalam produksi teks, penggunaan konsep kekuasaan (*use of power*), *style* dan estetika suatu teks.

Peneliti selain mengadopsi pemikiran analitik Gunther Kress, juga melengkapinya dengan kajian teoritis dari kerangka berpikir aktivisme siber (Vegh 2003), Instagram sebagai medium komunikasi visual untuk keterikatan sosial (Serafinelli 2018), eksplorasi konteks sosial historis wacana arus utama anti-rokok dari kajian *Nicotine War* oleh Wanda Hamilton (2010), serta adopsi kerangka berpikir dari Terdiman (1985) mengenai *counter-discourse* untuk mengungkap makna sekunder dari praktik penggunaan simbol yang kemudian digunakan sebagai alat perlawanan terhadap wacana arus utama.