

REPRESENTASI RELATIONSHIP GOALS MELALUI FOTO DALAM HASHTAG #RELATIONSHIPGOALS DI INSTAGRAM

Oleh : Estiningtyas Widyo Rini (071411533008) – BC

Email : esty.nt@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan mendeskripsikan representasi *relationship goals* dalam foto instagram melalui hashtag #Relationshipgoals serta Mendeskripsikan *styles of love* yang direpresetasikan dalam foto instagram melalui hashtag #Relationshipgoals. Adapaun signifikansi penelitian ini yakni bagaimana sebenarnya *relationship goals* direpresentasikan melalui postingan foto yang ada di Instagram yang mencantumkan atau menggunakan *hashtag* #Relationshipgoals ditengah pro dan kontra dalam fenomena ini. Adapun rumusan masalah yang tengah disusun yakni bagaimana Bagaimana Representasi Relationshipgoals yang dikonstruksi oleh foto dalam instagram melalui hashtag #Relationshipgoals? Serta Bagaimana *styles of love* direpresetasikan dalam foto instagram melalui hashtag #Relationshipgoals?

Untuk dapat mendeskripsikan foto melalui hashtag #relationshipgoals dan *styles of love* yang direpresetasikan dalam foto instagram melalui hashtag #Relationshipgoals dengan menggunakan tinjauan pustaka sebagai berikut Representasi, semiotik pierce, instagram, hashtag, *Relationship goals* sebagai *life style*, Komunikasi Verbal dan Non verbal; bahasa tubuh, warna. Caption dan emoticon sebagai teks dalam interaksi sosial media berbasis internet, *styles of love* dalam *committed romantic relationship*. Selain itu menggunakan metode penelitian semiotik milik Charles Sander Pierce yang dan pierce membagi menjadi tiga yakni icon, indeks dan symbol.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti menemukan ditengah pro kontra yang terjadi dalam masyarakat tentang *life style* penggunaan hashtag #relationshipgoals bahwa foto berhashtag #relationshipgoals merepresentasikan dengan bahasa tubuh mendekap ataupun setuhan, jarak fisik yang dekat, serta caption yang mendukung *relationship goals* seperti ucapan rasa syukur terhadap pasangan serta emoticon *red heart* yang mendominasi Penelitian ini menyimpulkan bahwa pasangan heteroseksual dan homoseksual pun setara pada hubungan yang mereka jalani dapat memiliki goals kepada pasangan hetero maupun homo, serta *relationship goals* yang muncul dan dipengaruhi dengan *life style* di era sekarang dalam suatu hubungan dan tidak adanya makna tunggal

terhadap *relationship goals* namun memiliki definisi masing-masing terhadap setiap pasangan.

Kata kunci: *Relationship Goals*, hashtag, instagram, *styles of love*

PENDAHULUAN

Penelitian ini berfokus pada representasi *relationship goals* yang ada di media sosial Instagram, dengan melihat penggunaan *hashtag* #Relationshipgoals. Signifikansi penelitian ini terletak pada bagaimana sebenarnya *relationship goals* direpresentasikan melalui postingan foto yang ada di Instagram yang mencantumkan atau menggunakan *hashtag* #Relationshipgoals. Dalam sistem penggunaannya, Instagram memang memiliki satu ciri khas khusus yang memungkinkan seorang pengguna dapat membuat topik postingannya mudah dicari oleh pengguna instagram lainnya. Hal ini dilakukan dengan menambahkan penggunaan lambang pagar “#” atau *hashtag* dalam suatu postingan. Penelitian ini sendiri berfokus untuk menganalisis penggunaan *hashtag* #Relationshipgoals, dan bagaimana penggunaan *hashtag* tersebut merepresentasikan *goals* dalam sebuah hubungan yang ditampilkan dalam media sosial instagram.

Tidak dapat dipungkiri, saat ini manusia memang hidup di tengah maraknya arus teknologi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju, mau tidak mau hal ini juga telah mempengaruhi untuk menciptakan sebuah fenomena baru dalam hal interaksi antar manusia. Salah satu teknologi dasar yang turut andil untuk mengubah banyak aspek dalam kehidupan manusia, adalah kehadiran teknologi internet. Kehadiran internet dan produk sosial medianya, harus diakui telah banyak mengubah cara interaksi manusia. Internet dan sosial media telah menciptakan sebuah ruang digital, tempat dimana proses interaksi dapat berlangsung dengan sangat mudah melampaui batasan jarak maupun waktu (Zakirah, 2017: 4).

Dengan seiring berjalannya waktu, sosial media juga semakin berkembang tidak lagi hanya menjadi sebuah media interaksi. Lebih dari itu, sosial media juga semakin lama semakin dapat memberikan ruang atau wadah bagi interaksi sosial, yang pada akhirnya dapat menjadikan sosial media sebagai wadah diskusi sosial tersendiri. sesuatu yang sedang ramai menjadi perbincangan di sosial media, hampir dapat dipastikan juga merupakan bahan yang akan menjadi bahan obrolan dikeseharian dalam dunia nyata. Jika kita melihat sebuah foto yang populer di sosial media Instagram misalnya, maka kemungkinan besar topik itulah yang juga akan menjadi bahan pembahasan bersama teman-teman, baik itu di dunia maya maupun nyata (Winarso dalam Irawan, 2017: 3).

Maka dari itu tidak heran, apabila pada akhirnya sosial media berkembang tak lagi hanya menjadi sebuah media interaksi, namun juga menjadi 'kiblat' tempat berkembangnya trend maupun *life style* (gaya hidup). Diantara banyaknya sosial media, Instagram dapat dilihat menjadi salah satu *platform* yang paling diminati ditengah masyarakat masa kini. Menurut hasil *survey* yang dilakukan oleh Pew Research Center, Instagram menduduki peringkat kedua sebagai sosial media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dunia setelah *Facebook* (Chaffey, 2018). Sejak pertama kali dirilis pada 2010, juga menjadi sosial media yang terus berkembang secara *rapid* dengan lebih dari delapan ratus juta pengguna aktif di seluruh dunia (DeMers, 2017). Sedangkan jika dikaitkan dengan konteks negara, Indonesia pada faktanya juga menjadi negara ketiga dengan jumlah pengguna aktif Instagram di dunia, di bawah Amerika Serikat dan Brazil (*Hootsuite.com*).

Karena Instagram akhirnya juga berkembang sebagai wadah manusia menunjukkan citra atau gambaran baik dari diri dan kehidupannya, maka hal ini lagi-lagi menimbulkan sebuah fenomena tersendiri. Dengan banyaknya orang yang berlomba-lomba menonjolkan hal-hal terbaik dari diri mereka, di Instagram kita dapat banyak menemukan tren-tren yang akhirnya menjadi populer dan dianggap sebagai kiblat gaya hidup, khususnya bagi anak-anak muda. Salah satu

tren yang paling fenomenal dan banyak digunakan di Instagram, adalah tren ‘memamerkan’ bentuk hubungan dengan pasangan, yang biasa diimplementasikan dengan menambahkan *hashtag* #Relationshipgoals.

Seperti yang telah sempat dibahas sebelumnya, kehadiran Instagram memang telah banyak memunculkan fenomena gaya hidup tersendiri. Salah satunya, yakni dengan munculnya para *influencer* atau sosok-sosok populer, yang memiliki banyak pengikut (*followers*) dan jumlah *likes* di postingannya. Orang-orang yang telah sukses menampilkan *image* mereka inilah, yang kemudian memiliki banyak *followers*, kemudian dijadikan figur *influencer* dan panutan bagi sesama pengguna Instagram lain, khususnya anak-anak muda. Sosok-sosok inilah yang kemudian dikenal atau akrab disebut dengan istilah *selebgram* alias selebriti Instagram (Zakirah, 2017).

Hal ini menunjukkan, bahwa di era saat ini Instagram juga telah mampu menciptakan figur-figur populer sebagaimana layaknya media-media lain menghasilkan artis-artis ternama. Menariknya pula, sosok-sosok *selebgram* tersebut tak hanya dijadikan sebagai figur terkenal yang tiap postingannya selalu disukai, namun tren serta gaya hidup yang mereka posting di Instagram juga kebanyakan selalu berkembang menjadi sebuah tren tersendiri yang ramai-ramai diikuti oleh banyak orang (Merri, 2016).

Karena itulah di Indonesia sendiri, trend memasang *hashtag* #relationshipgoals awal mulanya muncul dari sebuah postingan dan munculnya foto salah satu pasangan *influencer* atau sering disebut *selebgram*. Yakni Karin Novilda atau lebih dikenal dengan nama Awkarin, bersama pasangannya yang bernama Gaga Muhammad. Keduanya merupakan salah satu pasangan *selebgram* yang pernah sangat hits, dan sama-sama memiliki banyak pengikut yang sebagian besar adalah para remaja. Dalam postingannya, Karin dan Gaga sering menunjukkan kemesraan diantara mereka. Namun, satu foto kemudian menjadi cukup viral dan fenomenal, karena Karin menambahkan sebuah *caption* yang cukup menarik bagi para pengikutnya. Foto inilah yang akhirnya

mempopulerkan istilah *relationship goals* di kalangan para pengguna Instagram, khususnya para remaja pengikut Awkarin, di Indonesia.



Gambar 1.1 *Relationship goals* Awkarin

Sumber: akun instagram @awkarin

Dengan posisi awkarin duduk diatas dinding dan gaga berdiri dibawah sembari keduanya mendekap satu sama lain serta *kissing* dengan editan didalam foto bertuliskan “BABY GIRL, YOU KNOW WE’RE GONNA BE LEGENDS” dan caption emoticon bulan hitam dan kuning dan di antaranya bertuliskan karin x gaga we don’t need goals, we are goals. Serta emoticon camera dan nama akun instagram @richiezgibs dimana menggambarkan yang mengambil foto tersebut ialah pemilik akun dengan user name @richiezigbz foto ini menuai pro kontra ditengah banyak nya komentar *Relationship goals* serta munculnya komentar keinginan untuk seperti awkarin dan gagah hingga pengakuan dari awkarin sendiri bahwa ia bersama pasangan ialah *goals* yang terdapat dalam caption, foto ini juga banyak mendapatkan komentar negatif yakni seperti “dosa” dan lain sebagainya, sampai saat ini hahstag #relationshipgoals ini mendapatkan posisi.

Postingan yang sudah menggunakan hashtag #relationshipgoals ini telah mencapai 8.1M posts seperti yang nampak pada Gambar 3.2 postingan pada

hashtag ini digunakan bersama pasangan suami beserta istri atau pun bersama pasangan kekasih *Relationship goals* disini ialah hubungan bersama pasangan dengan menggunakan komitmen atau *Comitted Romantic Relationship*

Dari fenomena diatas Seolah sosial media saat ini tidak hanya sebagai sarana interaksi maupun komunikasi akan tetapi sosial media juga menjadi wadah bagaimana *life style* tersebut diciptakan dan mulai berkembang. *Relationship Goals* ialah salah satu *life style* yang marak menjadi perbincangan ditengah masyarakat pengguna sosial media dimana menimbulkan pro dan kontra ditengah masyarakat. ada yang pro sehingga menjadikan pasangan yang dianggap menjadi *relationship goals* sebagai motivasi dalam suatu hubungan yang mereka jalani dan juga ada nya kontra ditengah berkembangnya *life style, relationship goals* yang mana mengganggu *relationship goals* sebagai pengaruh buruk.

Sehingga penelitian ini ingin melihat bagaimana ditengah tengah fenomena yang mendapat tanggapan yang cukup beragam tersebut merepresentasi hubungan *relationship goals* yang ada didalam hashtag #relationshipgoals dan mengetahui *styles of love* apa yang digunakan oleh pasangan yang menggunakan hashtag #relationshipgoals *styles of love* terbagi menjadi dua yakni *primary styles of love* dan *secondary styles of love*, kemudian *primary styles of love* terdiri dari eros, storge dan yang terakhir adalah ludus serta *secondary styles of love* terdiri dari Pragma, Mania, dan Agape. Lalu untuk mengetahui bagaimana representasi *relationship goals* dan *styles of love* yang digunakan pasangan pada hashtag #relationshipgoals yakni dengan cara menelusuri melalui hashtag #relationshipgoals yang digunakan masyarakat yang memposting foto bersama pasangan. dari penelitian inilah dapat diketahui bagaimana sebenarnya hubungan yang disebut sebagai *relationship goals* itu menurut masyarakat pengguna sosial media khususnya instagram lalu peneliti akan membagi menjadi tiga sub bab pada Bab pembahasan nantinya yakni #relationshipgoals dalam heteroseksual, #relationshipgoals dalam homoseksual

serta yang terakhir yakni #relationshipgoals berdasarkan *life style*. Peneliti membagi antara #relationshipgoals dalam homoseksual dan #relationshipgoals dalam heteroseksual yakni untuk membandingkan *relationship goals* yang dimiliki antara pasangan heteroseksual dan homoseksual serta pada sub bab #relationshipgoals berdasarkan *life style* seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa #relationshipgoals muncul berdasarkan *life style* maka sub ini melihat *life style* yang juga berkembang karena adanya hashtag #relationshipgoals.

Pada penelitian berjudul Representasi Relationship Goals melalui foto dalam hashtag relationshipgoals di instagram peneliti menggunakan semiotik milik Charles Sanders Peirce Menurut Dadan dalam jurnal Konsep Dasar Semiotik Dalam Komunikasi Massa Menurut Charless Sanders Peirce, bahwa Teori Charles Sanders Peirce menjadi grand theory dalam semiotik. Peirce mengungkapkan semiotik secara menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. Sehingga peneliti memilih semiotik milik peirce untuk penelitian ini karena semiotik milik peirce ini ialah Grand theory dari dari theory semiotik lainnya.

Adapun batasan penelitian ini hanya sampai pada hubungan yang dianggap *relationship goals*, peneliti tidak akan membahas terkait kelanjutan hubungan dan juga diluar pembahasan tentang *relationship goals*. berdasarkan pannelitian terdahulu dengan judul Penggunaan Media Sosial Dalam Dinamika Hubungan Pacaran Studi Terhadap Penggunaan Instagram Pada Pasangan Berpacaran dan penelitian terdahulu berjudul Representasi Tragedi Kemanusiaan Dalam Foto Jurnalistik Karya Kevin Ceter adapun penelitian menjadi beda dari penelitian sebelumnya yakni dalam penelitian terdahulu belum adanya pembahasan mengenai *Relationship goals* ataupun hashtag

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori analisis semiotik milik Charles Peirce yang terbagi menjadi 3 sub bab. sub bab pertama yakni #relationshipgoals dalam heteroseksual, #relationshipgoals dalam homoseksual, yang terakhir yakni #relationshipgoals dalam *life style* Teori segitiga makna triangle of meaning milik peirce terdiri dari 3 elemen utama yaitu simbol, ikon, dan indeks.



#Relationshipgoals dalam heteroseksual

Peneliti melakukan analisis pada gambar 3.1 pada sub bab #relationshipgoals dalam heteroseksual foto pertama pada sub bab ini terlihat sepasang pasangan lanjut usia, bantal, guling, selimut seperti yang terlihat dalam foto yang ada pada Gambar 3.1 sebagai ikon sedangkan indeksnya yakni Memeluk dari belakang dan terlelap merepresentasikan satu dengan lain saling menjaga, adanya rasa nyaman dan ketidak bosanan, posisi mendekap dari belakang ini disebut juga dengan kata lain *Forward bear*, *Forward bear* ini adalah posisi yang dianjurkan oleh pakar bagi pasangan suami istri posisi suami memeluk istri mempunyai manfaat positif dari segi psikologi antara lain adanya sensasi rasa hangat, dan merasa dilindungi menyatu sehingga menciptakan rasa nyaman. sebuah penelitian di Medical University Of Vienna menyatakan bahwa

tidur dengan posisi berpelukan memiliki efek meredakan stres kerja, ataupun stres lingkungan sosial meningkatkan memori serta menurunkan tekanan darah dan simbol dari Pasangan yang terdapat pada Gambar 3.1 ini yakni rambut putih, postur tubuh bungkuk serta kulit keriput hal ini sebagai ciri fisik lansia (Maramis, 2016) lansia yakni dapat dilihat dengan munculnya ciri-ciri perubahan fisik, emosional, serta kehidupan seksual. Perubahan fisik yang dimaksud seperti badan mulai membungkung, muncul keriput pada kulit serta rambut yang memutih.

Bahasa tubuh yang di tunjukan pada pasangan Foto dalam tabel yakni yang pertama yakni Haptics (indera peraba atau sentuhan) indera peraba atau sentuhan disebut dengan haptics, menyentuh ataupun disentuh memiliki esensi dari kehidupan yang sehat (Benjamun & Werner, 2004; Field 2003)

Terlihat pada Foto dalam tabel 3.1 pasangan laki-laki mendekap dari belakang atau *Forward bear* saat tidur posisi tangan kanan dan kiri bekerja sama untuk mendekap istri sentuhan juga salah satu cara uuntuk mengkomunikasikan kekuasaan dan status. Pada Rumah tangga kekuasaan dipimpin oleh laki-laki demikian ditunjukan pasangan laki-laki lansia pada Foto dalam tabel 3.1 yang secara tidak langsung menunjukkan kekuasaan nya lalu, Bahasa Tubuh kedua yang digunakan pada Foto dalam tabel 3.1 yakni Proksemik (Semovar, 2004) Proksemik ialah jarak fisik atau ruang di antara tubuh anda dengan orang lain pada waktu berkomunikasi tatap muka.setiap budaya memiliki norma yang mengatur seberapa jarak yang dekat maupun jauh, bagaimana seharusnya Jarak fisik tidak hanya menggambarkan kenyamanan namun juga status sosial, antara dua pihak yang sedang melakukan komunikasi.

Pada Foto dalam tabel 3.1 pasangan lansia menggunakan bahasa tubuh Prokesmik yang ditampilkan atau jarak fisiknya terlihat sangat pada gambar tidak ada jarak diantar keduanya saat terlelap rasa nyaman yang ditunjukan pada Foto

dalam tabel 3.1 dan intim dan sudah merasa dekat antara satu dengan lain. terlihat Biasanya orang-orang yang berada pada hubungan yang akrab seperti keluarga, teman dekat akan lebih memilih jarak yang dekat dan intim dengan satu sama lain yang memiliki kedekatan hubungan namun sebaliknya jika tidak mempunyai hubungan yang dekat jarak fisik akan nampak sebaliknya jarak fisik akan membuka jauh dengan orang-orang yang kita anggap tidak akrab.

Caption pada Foto dalam tabel 3.1 yakni “the immaculate reflection. We love love. We love elder’s wise love we celebrate and honor all love as sacred and holy your love is beautiful in all its shapes, colours, size orientations, configuration” Caption ini merepresentasikan cara pasangan lansia ini merefleksikan diri tak bernoda atau tulus mereka mencintai dengan cinta. Yang berarti mereka mencinta dengan tulus tanpa pamrih juga tanpa drama-drama. kami (seseorang yang memporsting foto) menyukai cara “orang-orang tua” kami merayakan dan menghormati semua cinta sebagai kesucian dan kesucian cintamu adalah keindahan dalam segala hal.

Pasangan pada foto dalam tabel 3.1 memaknai Hashtag *Relationship goals* #Relationshipgoals yakni sebagai pasangan yang memiliki kesepakatan bersama pasangan untuk tetap bersama dimasa tua atau dengan kata lain menua bersama dalam foto pada tabel 3.1 ini pasangan lansia ini menggunakan gaya cinta *Secondary styles of love* yang ketiga yakni *Agape* mencintai dengan hubungan yang dijalankan oleh para pihak yang mencintai tanpa berharap adanya alasan dan menganggap kebahagiaan orang lain lebih penting dari pada kebahagiaan mereka sendiri dapat dilihat dalam caption yang ditulis dalam foto



#Relationshipgoals dalam homoseksual

pada sub bab #relationshipgoals dalam homoseksual foto ketiga pada sub bab ini terlihat sepasang pasangan laki-laki yang sedang melegalkan hubungan mereka berada di luar sebuah gedung sembari berciuman dan keduanya saling memakai jas, dasi, vells atau bunga yang di sematkan di saku, adanya tamu undangan dan taburan bunga Gambar sebagai ikon pada foto ini lalu indeksnya yakni bergangan tangan dengan pasangan lalu berciuman dan simbolnya yakni Filter hitam putih pada pernikahan gay ini merepresentasikan kesetaraan dengan pernikahan lain Pada umumnya yang menikah dengan lawan jenis Filter ini juga memberi kesan lebih focus kepada dua mempelai lelaki yang di tonjolkan pada foto dalam tabel 3.6 Kemudian filter black and white pada proses editing menurut Diedit pada artikel kompasiana filter Black and white ini dapat membuat foto terlihat nampak jelas karena menjadi fokus pada sebuah objek yang nampak pada foto karena keterbatasan warna yang ada pada foto membuat yang melihat foto tersebut akan fokus warna yang banyak akan membuat perhatian terhadap objek terpecahkan juga warna hitam putih dapat memperbaiki kualitas foto yang kurang baik. Foto black and white pun dapat mebuat foto yang memiliki banyak noise menjadi artistik karena mempertegas detail dalam foto tersebut serta menurut burnett dalam artikel moselo foto black and white dapat memiliki makna emosional dan intimate maka dalam foto pada tabel 3.6 yakni filter black and white yang terdapat dalam foto ini bertujuan untuk membuat sisapapun yang melihat foto ini fokus terhadap objek yang ada didalam foto serta nampak menjadi jelas pesan

yang disampaikan seperti kesan emosional kebahagiaan dihari spesialnya yakni pernikahan lalu memberi kesan yang cukup intim seperti terlihat pada saat pasangan mempelai berciuman.

Bahasa tubuh yang ada didalam foto pada tabel 3.6 ini yakni yang pertama Proksemik (Semovar, 2004) Proksemik ialah jarak fisik atau ruang di antara tubuh anda dengan orang lain pada waktu berkomunikasi tatap muka. setiap budaya memiliki norma yang mengatur seberapa jarak yang dekat maupun jauh, bagaimana seharusnya jarak fisik tidak hanya menggambarkan kenyamanan namun juga status sosial, antara dua pihak yang sedang melakukan komunikasi. Dalam Foto pada tabel 3.6 ini menggambarkan prokesmik atau jarak fisik yang nampak yakni kedekatan menurut Samovar pada hubungan yang akrab seperti keluarga, teman dekat akan lebih memilih jarak yang dekat dan intim dengan satu sama lain yang memiliki kedekatan hubungan seperti yang digambarkan pada foto dalam tabel 3.6 ini keakraban, kedekatan hubungan, kenyamanan yang digambarkan oleh pasangan Gay yang sedang menikah dan status sosial yang sudah berubah menjadi pasangan resmi dan telah menjadi sebuah keluarga maka membentuk prokesmik ini terjadi.

Lalu yang kedua yakni Haptics (indera peraba atau sentuhan) indera peraba atau sentuhan disebut dengan haptics, menyentuh ataupun disentuh memiliki esensi dari kehidupan yang sehat (Benjamun & Werner, 2004; Field 2003) sentuhan juga salah satu cara untuk mengkomunikasikan kekuasaan dan status. Haptics yang muncul Dalam foto pada tabel 3.6 ini yakni sentuhan tangan atau berpegangan tangan saat berciuman kekuasaan atau status yang muncul dalam foto ini status yang sama dalam bahasa tubuh sebelumnya yakni pasangan yang sudah berubah statusnya yakni pasangan Gay yang sudah menikah Orang dengan kekuasaan status yang lebih tinggi akan lebih cenderung melakukan sentuhan dibanding dengan yang memiliki status lebih rendah dan orang dewasa wanita menggunakan sentuhan untuk menunjukkan rasa suka dan keintiman,

sementara pria lebih suka menggunakan sentuhan untuk menunjukkan kekuasaan dan kontrol (DiBaise & Gunnoe, 2004; Hall, 2006; Jhally & Katz, 2001; Leathers, 1986) yang nampak dalam foto pada tabel 3.6 menggambarkan kekuasaan dan kontrol yang diberikan kepada pasangan Gay ini. Bahasa tubuh yang digunakan terlihat mereka merasa telah terbuka dengan hubungannya kepada public maka demikian ini digambarkan dengan pernikahan LGBT, atas dasar HAM penganut LGBT ini menuntut agar memiliki hak untuk melegalkan cinta mereka yang ia pilih dengan orientasi seks sesama jenis dalam ikatan pernikahan.

“Forever is a long time, but I wouldn’t mind spending it by your side” dengan emotikon *Two Men Holding Hands* atau Dua pria berpegangan tangan serta red heart atau love berwarna merah menurut *emojipedia* emotikon *Two men Holding Hands* menggambarkan bahwa kedua laki-laki yang sedang bergandengan seperti yang nampak pada foto dalam tabel 3.6 yakni berada dalam suatu hubungan dan diwakili oleh *red heart* ini

Kalimat pada caption ini merepresentasikan Selamanya adalah waktu yang lama tapi saya (yang ada dalam foto tersebut) tidak merasa keberatan menghabiskan selamanya bersama anda (pasangan yang ada didalam foto) hal ini terlihat bahwa pernikahan yang dilakukan seumur hidup hanya sekali dan akan menghabiskan seluruh waktunya bersama pasangannya dia merasa rela dan itu adalah pilihan dari keduanya pihak. kedua Emotikon *Two Men Holding Hands* atau Dua pria berpegangan tangan serta *red heart* atau love berwarna merah menurut *emojipedia* emotikon *Two men Holding Hands* menggambarkan bahwa kedua laki-laki yang sedang bergandengan seperti yang nampak pada foto dalam tabel 3.6 hubungan yang dimaksud dalam foto ini ialah hubungan pasangan homoseksual yang sedang melegalkan hubungannya atau menikah serta emotikon *red heart* ekspresi cinta yang nampak pada foto ini yakni *kissing* yang pasangan ini lakukan dihari pernikahan mereka didepan para tamu undangan.

Pasangan pada foto dalam tabel 3.6 ini memaknai hashtag #relationshipgoals sebagai kesepakatan hubungan yang memiliki tujuan atau goals yang sama yakni kesepakatan pasangan homoseksual untuk melegalkan hubungan mereka dalam pernikahan bahwa pasangan Gay juga bisa seperti pasangan heteroseksual yang dapat melangsungkan pernikahan untuk mengikat cinta. Pada Foto dalam tabel 3.6 ini pasangan ini menggunakan Gaya mencintai *Secondary styles of love* yakni Pragma yang berasal dari kata pragmatis Menurut Wood berarti hubungan yang praktis orang yang memiliki gaya hubungan pragmatis ini cenderung memiliki kriteria untuk berpasangan seperti misalnya agama, karir dan juga latar belakang keluarganya pertimbangan-pertimbang pragmatis tersebut juga dapat mengarah pada pernikahan yang kedua pihak keluarganya didasari dari status ekonomi, dan juga kriteria sosial dalam

KESIMPULAN

Penelitian ialah penelitian tentang Representasi *Relationship goals* melalui Foto dalam hashtag #Relationshipgoals Diinstagram Berdasarkan Rumusan Masalah yang ada dalam Bab I Bagaimana Representasi *Relationship goals* melalui foto dalam hashtag #relationshipgoals di instagram maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada makna tunggal namun hashtag #Relationshipgoals ini memiliki definisi masing masing yakni *relationship goals* Kesepakatan untuk menua bersama, kesepakatan untuk mengucapkan hari jadi atau *wedding anniversary* walaupun sudah menjalani rumah tangga, kesepakatan pasangan lesbian yang ingin *go-public* dan bangga atas hubungannya, kesepakatan untuk menjadi pasangan lesbian yang memiliki prestasi dan patut menjadi idola bagi pasangan lesbian yang lain, kesepakatan untuk menikah bersama pasangan Gay yang dipilih, kesepakatan untuk merayakan *anniversary* dengan memberi hadiah serta atribut penunjang lain, kesepakatan dalam kesetaraan pendidikan, dan kesamaan untuk memilih pasangan satu ras.

Dalam penelitian #Relationshipgoals dalam heteroseksual peneliti menyimpulkan bahwa dalam penggunaan dan pemakaian hashtag #Relationshipgoals dalam heteroseksual bagi pengguna instagram yang menggunakan hashtag ini dalam penelitian pertama pada pasangan heteroseksual berbagai umur pasangan heteroseksual yang menggunakan hashtag ini dari pasangan lansia atau lanjut usia, pasangan yang sudah menikah, serta pasangan berumur 2 dan 3 tahun, dalam penelitian ini dikonstruksi oleh bahasa tubuh yang nampak disetiap foto dalam penelitian ini yakni haptics dan prokesmik sentuhan atau haptics yang muncul dalam setiap foto dalam penelitian yakni ketiga pasangan menampilkan dekapan atau pelukan yang diberikan kepada pasangannya serta hapticsnya ini jarak yang dekat merepresentasikan kenyamanan serta intim yang dapat dilihat keakraban satu sama lain sehingga pasangan memilih jarak fisik yang dekat. Serta teori Ageism yang menunjang penelitian #relationshipgoals dalam heteroseksual. Serta gaya dalam hubungan *relationship goals* yang digunakan pada penelitian ini foto pertama menggunakan *secondary styles of love* yakni agape lalu kedua foto lainnya yakni foto pertama dan kedua menggunakan *Primary styles of love* yakni storge.

Kemudian dalam #relationship goals homoseksual pasangan homoseksual yakni Gay atau lesbian yang nampak pada penelitian ini juga merepresentasikan *relationship goals* bersama pasangan G/lesbian nya yang dapat disimpulkan tidak adanya batasan bahwa tidak hanya pasangan heteroseksualpun dapat merepresentasikan *Relationship goals* yang dimiliki bersama pasangan. pada penelitian ini ketiga pasangannya dikonstruksi oleh pasangan yang lebih berani atau frontal untuk merepresentasikan *relationship goals* bersama pasangan ketiganya menampilkan foto *Kissing* serta bahasa tubuh yang muncul pada ketiganya yakni prokesmik atau jarak fisik yang digunakan yakni dekat antara satu sama lain saat *kissing* sehingga menggambarkan kenyamanan, intim yang digambarkan oleh keakraban hingga memilih jarak fisik yang dekat bahasa tubuh haptic yang juga digunakan pasangan pertama dan terakhir pada penelitian

ini sentuhan yang nampak terlihat menyentuh pasangan satu sama lain saat *kissing*. Ketiga foto yang menjadi objek #relationshipgoals HOMOseksual ini berasal dari luar negeri tidak ditemukannya pasangan G/lesbian dari Indonesia yang memposting menggunakan #relationshipgoals Serta gaya dalam hubungan relationship goals yang digunakan pada penelitian ini ketiganya yakni *secondary styles of love* yakni pertama yakni pragmatik hubungan yang didasari oleh kesamaan latar belakang orientasi seksual yang dimiliki pasangan pada penelitian ini.

Terakhir #relationshipgoals berdasarkan life style ini pasangan *Relationship goals* yang menunjukkan *relationship goals* yang dipengaruhi life style sehari yang mayoritas sehari *special* bagi hubungan mereka dalam penelitian ini pada pasangan pertama dan kedua dikonstruksi dengan adanya bunga diantara perayaan moment yang sedang dijalani pasangan pada saat perayaan anniversary, dan juga wisuda. Serta warna merah yang nampak pada foto pertama perayaan anniversary serta ketiga pasangan yang sedang melakukan lamaran adat *chinese* atau biasa disebut dengan *sangjit* pasangan pada penelitian ini memiliki keragaman kriteria berpasangan yang diatur dalam *secondary styles of love* yakni pragmatis berdasarkan agama dan juga latar belakang yang sama nampak pada foto terakhir dalam penelitian ini yakni pasangan yang merayakan *sangjit*, *sangjit* sendiri ialah acara dimana seserahan dari mempelai laki-laki *sangjit* sendiri berasal dari budaya tionghoa yang mayoritas yakni tionghoa. Serta pada foto kedua yakni kesamaan atau kesetaraan latar belakang yang sama yakni pendidikan, dan yang terakhir pada foto pertama yang lain menggunakan *primary styles of love* yakni storge hubungan yang didasari kecocokan, kecocokan yang nampak yakni merayakan anniversary dengan perayaan serta pemberian hadiah. Dan bahasa tubuh yang dikonstruksi oleh senyum, haptics, serta prokesmik. ketiga pasangan yang tersenyum saat didekap atau berpegangan tangan (haptics) bersama pasangan dengan jarak fisik (prokesmik) yang dekat

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ida, Rachmah. 2014. *Metode Penelitian Studi Media Dan Kajian Budaya*, Jakarta: Prenada Media Group

Liliweri, Alo. 1994. *Komunikasi Verbal dan Non Verbal*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana

Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antar Budaya Di Era Budaya Siber*. Jakarta: Prenanda Media Group

Sinyo, 2014, *Anakku Bertanya Tentang LGBT*. Jakarta: PT Elex Media