

KONVERGENSI SIMBOLIK KOMUNITAS PAGEANT LOVERS INDONESIA DI INSTAGRAM

Idham Imarshan

Universitas Paramadina

Email: imarshanidham@gmail.com

Diterima: 11 Juli 2021; Direvisi: 22 September 2021; Disetujui: 25 November 2021

Abstrak

Perkembangan dunia *beauty pageant* di Indonesia tidak terlepas dari peran pecinta kontes kecantikan yang dikenal dengan sebutan *pageant lovers*. Media sosial Instagram menjadi salah satu kanal bagi komunitas *pageant lovers* untuk berinteraksi dan berkomunikasi, melalui akun *portal pageant*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konvergensi simbolik komunitas *pageant lovers* Indonesia di Instagram berdasarkan teori konvergensi simbolik. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi terhadap *caption* dan kolom komentar pada unggahan akun *portal pageant*, serta wawancara dengan tiga narasumber dari tiga akun *portal pageant* berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konvergensi simbolik komunitas *pageant lovers* muncul secara spontan dari anggotanya, dan digunakan secara luas melalui Instagram. Beberapa bentuk konvergensi simbolik yang muncul adalah *mbak brownies*, *turun gunung*, dan *negara topi bundar*. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konvergensi simbolik yang terjadi dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia di Instagram sesuai dengan teori konvergensi simbolik yang ada, yakni melalui proses tema fantasi, rantai fantasi, tipe fantasi, dan visi retorik.

Kata Kunci: Instagram, Konvergensi Simbolik, Media Baru, *Pageant Lovers*

Abstract

The development of beauty pageants in Indonesia cannot be separated from the role of beauty pageant contest lovers known as pageant lovers. Instagram has become one of the channels for the pageant lovers community to interact and communicate through pageant portal accounts. This study aims to understand the symbolic convergence of the Indonesian pageant lovers community on Instagram based on symbolic convergence theory. The research method used is the observation of captions and comments on pageant portal accounts and interviews with three sources from three different pageant portal accounts on Instagram. The results showed that the symbolic convergence of the pageant lovers community emerged spontaneously from its members and was widely used through Instagram. Several forms of symbolic convergence that occurred were "mbak brownies", "turun gunung, and "negara topi bundar". Based on the results, it can be concluded that the symbolic convergence that occurs in the Indonesian pageant lovers community on Instagram is following the existing symbolic convergence theory through the process of fantasy themes, fantasy chains, fantasy types, and rhetorical visions.

Keywords: Instagram, New Media, *Pageant Lovers*, Symbolic Convergence

Pendahuluan

Ajang kontes kecantikan atau yang dikenal pula dengan sebutan *beauty pageant*, merupakan sebuah fenomena baru di Indonesia yang telah menarik minat masyarakat Indonesia. Kontes kecantikan dapat didefinisikan sebagai sebuah kompetisi di mana pesertanya, baik perempuan maupun laki-laki, dinilai bagaimana mereka secara fisik. Namun pada perkembangannya, terdapat pula berbagai aspek lain yang dinilai pada kontes kecantikan seperti *public speaking*, advokasi, serta keterampilan *catwalk*. Selain itu, beberapa misi sosial juga diangkat dalam kontes tersebut, misalnya misi dukungan terhadap HIV/AIDS, lingkungan hidup, dan sosial ekonomi (Zevannya, 2012).

Ajang *beauty pageant* diselenggarakan dari tingkat daerah, nasional, hingga internasional, baik ajang untuk perempuan maupun laki-laki. Keberagaman ajang *beauty pageant* di tingkat nasional bisa dilihat dari berbagai ajang yang ada, seperti Pemilihan Puteri Indonesia, *Miss Indonesia*, *Miss Grand Indonesia*, *Miss Earth Indonesia*, dan beberapa ajang lainnya. Sementara itu, ajang *beauty pageant* untuk laki-laki terselenggara dalam berbagai acara seperti *L-Men of The Year*, *Mister Indonesia*, *Mister Grand Indonesia*, dan lain sebagainya. Setelah ditentukan pemenang dari ajang nasional, maka perwakilan Indonesia juga akan berkompetisi di ajang internasional, seperti *Miss Universe*, *Miss World*, *Miss International*, *Miss Supranational*, *Miss Grand International*, dan berbagai ajang lainnya. Sama halnya *beauty pageant* untuk laki-laki yang akan mengikuti ajang internasional seperti *Mister Supranational*, *Mister World*, *Manhunt International*, *Mister Universe Model*, dan lain sebagainya (Nabilla, 2021a, 2021b; Redaksi VOI, 2021; Windasari, 2018).

Prestasi Indonesia dalam ajang internasional pada kurun waktu 5 tahun terakhir menunjukkan prestasi yang membanggakan. Sebut saja pada tahun 2016, Indonesia berhasil meraih gelar *Miss Grand International* melalui Ariska Putri Pertiwi asal Sumatera Utara yang sebelumnya telah memperoleh gelar Puteri Indonesia Perdamaian 2016. Kemudian pada tahun 2017, Kevin Liliana yang berasal dari Jawa Barat dengan gelar Puteri Indonesia Lingkungan 2017 berhasil memperoleh gelar *Miss International* 2017. Tidak hanya itu, beberapa gelar *Runner Up* juga berhasil diperoleh Indonesia lewat Felicia Hwang sebagai *Runner Up 2 Miss International* 2016, Nadia Purwoko sebagai *Runner Up 2 Miss Grand International* 2018, Wilda Octaviana Situngkir sebagai *Runner Up 3 Miss Supranational* 2018, Jessica Fitriana Martasari sebagai *Runner Up 2 Miss*

Supranational 2019, dan Aura Kharisma sebagai *Runner Up 3 Miss Grand International 2020* (Berty, 2017; Mayasari, 2019; Nabilla, 2021a; Souisa, 2016a, 2016b).

Meningkatnya prestasi Indonesia pada ajang internasional *beauty pageant* dibarengi dengan berkembangnya penerimaan masyarakat Indonesia terhadap ajang *beauty pageant* itu sendiri. Hal ini terbukti dari semakin besarnya komunitas pecinta ajang *beauty pageant* atau yang biasa disebut dengan *pageant lovers*. Di sisi lain, media semakin gencar memberitakan mengenai perkembangan perwakilan Indonesia di ajang internasional, sekaligus sebagai bentuk dukungan bagi perwakilan Indonesia yang sedang berjuang membawa harum nama Indonesia di kancah internasional (Ratnasari, 2017).

Berkembangnya dunia teknologi dan informasi saat ini ditandai dengan munculnya berbagai media baru yang digunakan oleh penggunanya secara masif. Hal ini menunjukkan bahwa media baru hadir sebagai medium untuk berkomunikasi dengan hal-hal baru yang berbeda dari medium sebelumnya. Media baru merupakan media yang penggunaannya memanfaatkan internet (Zellatifanny, 2020). Segala bentuk komunikasi, baik dari individu kepada individu, maupun individu kepada kelompok, di mana memanfaatkan komputer melalui jaringan dalam interaksinya, dikenal dengan istilah *computer mediated communication* (CMC). Kehadiran jaringan internet dan komputer mempunyai ciri distribusi informasi yang lebih mudah dan cepat, sehingga menimbulkan perubahan dalam perilaku individu (Ayun, 2016; Karman, 2013; Wood & Smith, 2005).

Berdasarkan data manajemen media sosial *We Are Social*, jumlah pengguna media sosial di Indonesia adalah sebanyak 160 juta pengguna, di mana angka ini meningkat 8,1 persen jika dibandingkan dengan tahun 2019. Salah satu media sosial yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram, yakni menempati urutan ketiga setelah Youtube dan WhatsApp, di mana Instagram diakses oleh 86% pengguna sosial media di Indonesia (Kemp, 2021). Instagram sendiri merupakan sebuah aplikasi yang memiliki karakteristik pada pembagian konten berupa foto dan berkembang hingga video, di mana memiliki berbagai fitur untuk membuat konten foto dan video menjadi lebih artistik dan lebih bagus (Damayanti, 2018). Instagram memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten dan saling melihat, mengomentari, memberikan *like*, hingga membagikannya ke berbagai platform lain.

Media sosial Instagram juga turut digunakan oleh *pageant lovers* Indonesia untuk berinteraksi dan berkomunikasi dalam komunitasnya. Kemunculan berbagai akun

Instagram yang kemudian lebih dikenal dengan istilah *portal pageant* menandakan bahwa komunitas *pageant lovers* semakin berkembang akhir-akhir ini. Akun *portal pageant* tersebut merupakan sebuah akun Instagram yang mengunggah berbagai konten terkait *beauty pageant*, seperti perkembangan informasi terkini terkait salah satu peserta, perkembangan penyelenggaraan kontes, informasi pendaftaran kontes, hingga yang bersifat hiburan seperti *jokes* maupun gosip yang sedang beredar. Akun *portal pageant* sendiri merupakan akun buatan individu atau kelompok yang didasari atas kecintaannya pada dunia *beauty pageant*, sehingga bukan merupakan akun resmi dari organisasi tertentu. Beberapa *portal pageant* yang memiliki banyak pengikut di antaranya akun @dpidamu, @lambepageantz, @memepageantsid, @bunda.latinas, dan @pageantcrownwarriors. Pada beberapa unggahannya, akun *portal pageant* yang dikelola oleh admin, menggunakan kalimat *caption* yang menarik. Selain itu, para *pageant lovers* juga turut meramaikan kolom komentar pada unggahan-unggahan tersebut sebagai bentuk interaksi.

Dalam berkomunikasi dan berinteraksi, para *pageant lovers* termasuk admin Instagram akun *portal pageants* sering kali menggunakan bahasa-bahasa yang tidak biasa. Bahasa yang mereka gunakan merupakan kata-kata yang mungkin tidak ada dalam kamus, atau mungkin ada dalam kamus namun memiliki makna yang berbeda. Pesan-pesan yang mendramatisir melibatkan anggota yang memperkenalkan contoh-contoh singkat mengenai permainan kata, humor, kiasan, analogi, dongeng, hingga narasi yang lebih terperinci (Effendy, 2004; Griffin, 2003; Indriani & Prasanti, 2020). Dari pengertian ini, maka dapat disebutkan bahwa komunikasi yang terjalin menggunakan pesan yang mendramatisir, sebagai cara komunikasi yang digunakan oleh *pageant lovers* Indonesia dalam media sosial Instagram. Hal ini sesuai dengan teori konvergensi, di mana merupakan teori komunikasi umum untuk menjelaskan proses di mana tema konten yang muncul dalam fungsi retorika secara dramatis untuk menghubungkan audiens dengan pesan (Littlejohn & Foss, 2012).

Ketika anggota mulai memperkenalkan contoh singkat tentang humor, kiasan, atau permainan kata, terkadang menghasilkan pesan serupa yang dikenal sebagai perubahan fantasi. Fantasi merupakan peristiwa dari anggota kelompok di masa lalu atau peristiwa di masa depan. Pesan-pesan yang mendramatisir melibatkan anggota yang

memperkenalkan contoh-contoh singkat mengenai permainan kata, humor, kiasan, analogi, dongeng, hingga narasi yang lebih terperinci (Wildan, 2014; Zanin et al., 2016).

Ernest Borman menciptakan teori konvergensi simbolik, yang merupakan teori komunikasi umum untuk menjelaskan proses di mana tema konten yang muncul dalam fungsi retorika secara dramatis untuk menghubungkan audiens dengan pesan (Littlejohn & Foss, 2012). Borman juga menggambarkan teori ini sebagai proses interaktif di mana manusia bertemu, dengan menceritakan fantasi individu, mimpi, harapan, atau ketakutan dalam sistem simbol bersama dan menawarkan kerangka kerja analitis yang kaku. Kerangka kerja ini menangkap perkembangan dinamis penciptaan makna dalam kelompok (Gyimothy, 2013).

Teori konvergensi simbolik menciptakan proses komunikasi yang meliputi tema fantasi, rantai fantasi, tipe fantasi, dan visi retorik. Tema fantasi merupakan isi pesan yang didramatisasi, bisa dengan analogi, permainan kata, lelucon, atau cerita, di mana mampu meningkatkan keinginan untuk berinteraksi. Pembicaraan tersebut bersifat nyata, karena berkaitan pula dengan aspek yang nyata. Kemudian, rantai fantasi ialah pesan yang didramatisasi, di mana pesan tersebut berhasil memperoleh tanggapan dari partisipan dalam komunikasi, sehingga meningkatkan kegairahan dan intensitas partisipan tersebut. Rantai fantasi menghasilkan landasan atas pengertian bersama, sehingga suatu kelompok mampu meraih komunikasi yang empati (Littlejohn & Foss, 2009; West & Turner, 2007).

Tipe fantasi merupakan tema-tema fantasi yang berulang dibicarakan dengan karakter lain, pada situasi yang berbeda, maupun dengan latar yang lain, dengan alur cerita yang sama. Sementara itu, visi retorik ialah tema fantasi yang sudah berkembang serta meluas dari kelompok pengembang fantasi tersebut di awal. Akibat perkembangan tersebut, maka tema-tema fantasi tersebut berubah menjadi fantasi masyarakat luas serta membentuk komunitas retorik (West & Turner, 2007).

Beberapa studi terdahulu pernah meneliti konvergensi simbolik dalam sebuah komunitas atau kelompok virtual. Kelompok virtual dan kelompok *gamer* yang menghasilkan fantasi konvergensi simbolik. Penelitian dilakukan menggunakan metode autoetnografi yang menggunakan pengalaman peneliti, berdasarkan teori konvergensi simbolik, *sense of community*, dan kohesivitas kelompok. Penelitian menunjukkan bahwa bentuk fantasi dari konvergensi simbolik yang terbentuk yakni permainan peran, candaan, dan *speech code* (Kurniatmasatria & Sulistyani, 2021). Penelitian lain menggunakan teori

konvergensi simbolik dan metode analisis tema fantasi untuk meneliti mengenai konvergensi simbolik pada komunitas *Silky Band* Kota Kupang. Hasil penelitian menjelaskan tiga dari empat konsep analisis tema fantasi, yaitu tema fantasi, rantai fantasi, dan tipe fantasi (Oro et al., 2020). Adapun sebuah penelitian terhadap komunitas *Stand Up* Indo Pekanbaru menggunakan teori konvergensi simbolik dengan metode analisis tema fantasi. Penelitian menjelaskan bahwa proses pembentukan tema fantasi dalam komunitas tersebut berawal dari interaksi simbolik yang mengarah pada konvergensi simbolik, di mana isyarat simbolik yang digunakan merupakan hasil adopsi (Elsakina & Yohana, 2016).

Ketiga penelitian terdahulu menggunakan teori konvergensi simbolik untuk meneliti mengenai interaksi simbolik yang terjadi dalam sebuah komunitas. Pada penelitian ini juga digunakan teori konvergensi simbolik seperti yang telah dijelaskan oleh ketiga jurnal tersebut. Adapun penelitian ini menarik, karena komunitas yang dijadikan objek penelitian adalah komunitas *pageant lovers* Indonesia, di mana keberadaan komunitas tersebut belum banyak dipahami oleh masyarakat Indonesia secara luas. Selain itu, penggunaan pesan-pesan terdramatisasi yang digunakan oleh komunitas *pageant lovers* tidak jarang membingungkan masyarakat umum di luar komunitas, meski secara harfiah dapat dipahami. Oleh karena itu, meski menggunakan teori konvergensi simbolik yang sama, penelitian ini mencoba meneliti komunitas spesifik lain, yakni komunitas *pageant lovers* Indonesia dengan keunikannya untuk memperkaya penelitian terkait konvergensi simbolik. Komunitas *pageant lovers* Indonesia dalam kanal Instagram memiliki bentuk interaksi dan komunikasi yang berbeda dan unik.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konvergensi simbolik yang terjadi dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia di Instagram. Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui konvergensi simbolik yang terjadi dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia di Instagram sebagai strategi komunikasi yang dilakukan dalam kelompok virtual.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni sebuah pendekatan dalam ilmu pengetahuan sosial yang bergantung pada pengamatan manusia dalam lingkungannya sendiri serta berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasa dan

peristilahannya (Moleong, 2006). Penelitian dilakukan dengan tujuan mengemukakan gambaran maupun pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa sebuah gejala dan realitas komunikasi dapat terjadi (Pawito, 2007). Adapun tradisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sosiokultural, di mana tradisi tersebut mengutamakan fokus terhadap segala bentuk interaksi antar manusia, daripada karakteristik individu tersebut (Setiawan, 2019). Tradisi ini hadir, di mana segala bentuk makna, nilai budaya, lakon, dan aturan menjadi suatu area bertumbuhnya tempat tersebut, yang dikenal dengan interaksi. Walaupun individu melakukan seleksi informasi terhadap yang diterima dalam pikirannya sendiri, namun tradisi ini menekankan pemahaman terhadap aturan, gaya, serta cara yang tumbuh di antara manusia tersebut, sehingga dapat memunculkan realitasnya sebagai sebuah kelompok (Littlejohn & Foss, 2009).

Data primer penelitian ini diperoleh melalui metode pengumpulan data wawancara. Wawancara dilakukan dengan narasumber yang merupakan admin dari akun *portal pageant* di Indonesia. Teknik penentuan narasumber menggunakan metode *non-probability sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu metode dalam *non-probability sampling* adalah metode *purposive sampling*, yakni pengambilan sampel berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat atau ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya (Herdiansyah, 2011; Mulyana, 2004).

Sifat atau ciri yang digunakan adalah akun *portal pageant* di Indonesia yang dalam interaksinya menggunakan bentuk-bentuk pesan konvergensi simbolik. Dari metode tersebut, jumlah narasumber yang telah ditentukan adalah sebanyak tiga orang dari tiga *portal pageant* yang berbeda, yakni akun @memepageantsid, @lambepageantz, dan @pageantcrownwarriors untuk mendapatkan informasi terkait konvergensi simbolik yang terjadi dalam kanal Instagram pada komunitas *pageant lovers* Indonesia.

Pemilihan akun dilakukan berdasarkan *portal pageant* yang populer di Indonesia, ditandai dengan jumlah *followers* yang masuk ke dalam kategori akun *micro-influencer*. Akun *micro-influencer* merupakan akun Instagram dengan jumlah *followers* pada rentang 10 ribu hingga 50 ribu (Prasetya, 2020). Narasumber akan menerima beberapa pertanyaan terbuka terkait dengan konvergensi simbolik sebagai bentuk komunikasi dan interaksi

yang dilakukan oleh *pageant lovers* Indonesia yang terjadi dalam akun *portal pageant* di Instagram.

Tabel 1. Profil Narasumber

No.	Nama (Inisial)	Akun <i>Portal Pageant</i>
1	A	@memepageantsid
2	MR	@lambepageantz
3	Y	@pageantcrownwarriors

Selain itu, peneliti juga melakukan metode penelitian berupa observasi untuk mendapatkan data sekunder. Observasi pada penelitian ini mengamati media sosial Instagram *portal pageant* Indonesia, dengan melihat interaksi, kolom komentar, serta *caption* dari unggahan akun-akun tersebut. Dari hasil observasi tersebut, peneliti melakukan analisis terhadap kalimat-kalimat yang mengandung konvergensi simbolik, serta menjadi bahan penyusunan pertanyaan untuk wawancara kepada narasumber. Adapun hasil wawancara dianalisis secara terpisah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap konvergensi simbolik yang terjadi, serta menjawab pertanyaan penelitian.

Peneliti menggunakan triangulasi data sebagai uji keabsahan dan validitas data, yakni triangulasi data atau sumber. Triangulasi data atau sumber merujuk pada adanya sumber-sumber yang lebih bervariasi untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti. Adapun untuk analisis data pada penelitian ini, digunakan teknik analisis model interaktif (Miles & Huberman, 1994). Teknik analisis tersebut mencakup tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Pawito, 2007).

Hasil dan Pembahasan

Konvergensi simbolik merupakan teori komunikasi umum untuk menjelaskan proses di mana tema konten yang muncul dalam fungsi retorika secara dramatis untuk menghubungkan audiens dengan pesan (Littlejohn & Foss, 2012). Ketika anggota mulai memperkenalkan contoh singkat tentang humor, kiasan, atau permainan kata, terkadang menghasilkan pesan serupa yang dikenal sebagai perubahan fantasi. Fantasi merupakan peristiwa dari anggota kelompok di masa lalu atau peristiwa di masa depan. Pesan-pesan

yang mendramatisir melibatkan anggota yang memperkenalkan contoh-contoh singkat mengenai permainan kata, humor, kiasan, analogi, dongeng, hingga narasi yang lebih terperinci (Zanin et al., 2016).

Bentuk konvergensi simbolik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dalam pesan yang terjadi pada kanal Instagram yang dilakukan oleh komunitas *pageant lovers* Indonesia. Dari hasil observasi, ditemukan berbagai contoh bentuk konvergensi simbolik tersebut seperti pada unggahan akun @lambepageantz yang menuliskan *caption* “Di amuk topi bundar” pada salah satu unggahannya pada bulan Mei 2021 lalu. Selain itu, pada akun @bunda.latinas, dituliskan *caption* “MAAAMMMPUSSSS INDANG ALEMONK” pada unggahannya tanggal 24 Mei 2021. Selain itu, interaksi yang terjadi pada kolom komentar juga serupa, di mana komentar diberikan dengan berbagai kosa kata yang menarik. Akun @ariellaisabelart memberikan komentar pada unggahan akun @bunda.latinas dengan kalimat “Mpok Lupita tumpengan nih pasti”. Penggunaan kosa kata tersebut adalah beberapa contoh dari konvergensi simbolik yang dimaksud dalam proses komunikasi *pageant lovers* Indonesia dalam media sosial Instagram, yang juga akan dijadikan sebagai acuan dalam wawancara kepada narasumber.



Gambar 1. Beberapa Contoh Konvergensi Simbolik oleh Pageant Lovers di Instagram

Berdasarkan hasil wawancara, admin dari akun @memepageantsid menjelaskan bahwa konvergensi simbolik di Instagram telah muncul dalam waktu cukup lama, yakni sejak munculnya beberapa akun *portal pageant* di Indonesia. Penggunaan pesan-pesan yang dramatis melalui kosa kata dan bahasa yang unik telah dimulai sebelum kanal Instagram mulai digunakan oleh komunitas *pageant lovers* Indonesia, yakni melalui kanal

Detik Forum. Pada saat itu, komunitas *pageant lovers* berinteraksi dan berkomunikasi dalam kanal Detik Forum dan membicarakan hal-hal yang dianggap rahasia, sehingga digunakanlah berbagai istilah kosa kata yang unik, pesan yang terdramatisasi, dengan harapan pesan tersebut tidak dipahami dengan mudah oleh individu atau kelompok tertentu. Misalnya, ketika akan memberikan kritik terhadap individu atau kelompok, maka beberapa *pageant lovers* mulai menentukan sebutan yang cocok.

“Dilihat dari sejarahnya, kosa kata tersebut muncul pertama kali dari Detik Forum, lalu FB, lalu IG, lalu Twitter.”(A, wawancara, 20 Juni 2021)

Kemunculan istilah, kosa kata, dan pesan terdramatisasi tersebut terjadi secara spontan saja. Biasanya kosa kata atau istilah yang dibuat sendiri oleh *pageant lovers* Indonesia tersebut merupakan kata yang mudah dipahami, di mana kata-kata tersebut bisa jadi merupakan kata *plesetan* dari nama seseorang maupun nama negara. Hal ini muncul misalnya ketika para *pageant lovers* Indonesia sedang membicarakan negara tertentu atau tokoh *beauty pageant* dari negara tertentu.

Sejalan dengan admin dari akun @memepageantsid, narasumber kedua juga mengungkapkan bahwa penggunaan istilah dan kosa kata seperti “turun gunung” dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia pada kanal Instagram telah muncul cukup lama, tepatnya sebelum tahun 2013. Dicontohkan pula ketika *pageant lovers* bermaksud untuk menyebutkan *Miss Universe Thailand 2020* bernama Amanda, kemudian muncul istilah “*Mbak Brownies*”. Hal ini karena nama Amanda mirip dengan salah satu merek kue *brownies* ternama di Indonesia, sehingga muncul istilah untuk penyebutan nama *Miss Universe Thailand 2020* tersebut.

Narasumber ketiga, yakni admin dari *portal pageant* @pageantcrownwarriors menjelaskan bahwa dirinya sudah menjadi seorang *pageant lovers* sejak 1996, kemudian pada tahun 2004 mulai aktif pada forum berbasis *web* untuk komunitas *pageant lovers* Indonesia. Sejak aktif dalam forum tersebut, penggunaan pesan terdramatisasi melalui kosa kata dan istilah yang unik tersebut telah digunakan, hingga berlanjut pada tahun 2014 dalam kanal Instagram. Kemunculan kosa kata atau istilah tersebut biasanya dimulai dari seorang *pageant lovers* yang menggunakannya ketika berinteraksi dan berkomunikasi. Narasumber mnencontohkan pada tahun 2011, muncul istilah “negara atas Sulawesi” yang merujuk kepada negara Filipina dari seorang *pageant lovers*.

“Dari kata-kata komentar pageant lovers itulah portal pageant mulai menggunakan istilah tersebut dan diikuti.” (Y, wawancara, 20 Juni 2021)

Dalam menggunakan kosa kata melalui pesan terdramatisasi tersebut, menurut admin akun @memepageantsid, tidak ada aturan yang mengatur penggunaan pesan-pesan tersebut ketika berinteraksi dalam kanal Instagram. Admin akun @memepageantsid juga mengatakan:

“Kosa kata yang dipakai ini hanya bisa digunakan oleh pageant lovers karena terbentuk dari komunitas. Orang di luar itu akan sulit memahaminya. Karena kosa kata ini terbentuk dari komunitas fans. Jika orang lain tidak fans, maka akan sangat susah dipahami.” (A, wawancara, 20 Juni 2021)

Narasumber kedua, admin akun @lambepageantz juga mencontohkan istilah “turun gunung”, yang mana kebanyakan orang di luar komunitas akan mendefinisikan istilah tersebut secara harfiah, yakni turun dari gunung. Namun bagi komunitas *pageant lovers*, istilah tersebut memiliki arti sosok wanita yang diimpikan oleh komunitas *pageant lovers* untuk mengikuti ajang *beauty pageant* diwujudkan oleh wanita tersebut.

Narasumber kedua, admin akun @lambepageantz berpendapat bahwa penggunaan pesan terdramatisasi memiliki tujuan untuk membuat *caption* pada unggahannya lebih menarik, sehingga dianggap tidak kaku dan tidak monoton. Kemunculan istilah dan kosa kata tersebut mengalir dari interaksi dan komunikasi di antara para *pageant lovers* Indonesia, sehingga tidak ada aturan tertentu dalam penggunaannya.

Admin akun @lambepageantz kemudian menambahkan, terkadang terdapat situasi di mana penggunaan pesan terdramatisasi tersebut digunakan ketika admin bermaksud memberikan informasi kepada komunitas *pageant lovers* Indonesia yang diharapkan hanya dapat dimengerti dan menjadi konsumsi komunitas *pageant lovers* Indonesia saja. Admin akun @lambepageantz menjelaskan:

“Jadi gunanya supaya komunitas pageant lovers dari luar negeri tidak dapat memahami, bahkan tidak bisa terdeteksi Google Translate, karena terjemahannya akan berbeda.” (MR, wawancara, 20 Juni 2021)

Meski begitu, *pageant lovers* Indonesia juga tidak serta merta langsung memahami istilah yang dimaksud, karena dibutuhkan pengetahuan bagi mereka untuk dapat memahaminya. Misalnya pada istilah “topi bundar” yang ditujukan kepada negara Vietnam, karena merupakan salah satu benda yang khas dari negara tersebut. Adapun istilah “gajah putih” merujuk pada negara Thailand, sebagai ciri khas negara tersebut.

Menurut admin akun @pageantcrownwarriors, terdapat beberapa situasi dan kondisi khusus di mana komunitas *pageant lovers* Indonesia menggunakan kosa kata dan

istilah untuk pesan terdramatisasi. Beliau menjelaskan, ketika situasi atau kondisi tertentu, seperti saat admin *portal pageant* akan mengunggah konten berisi berita atau gosip menarik, maka cenderung akan menggunakan pesan terdramatisasi. Sebaliknya, apabila konten yang diunggah merupakan informasi umum yang bersifat biasa saja, maka *caption* pada unggahan *portal pageant* hanya akan menggunakan bahasa biasa tanpa adanya pesan yang terdramatisasi.

“80 persen pageant lovers sudah paham bahasa tersebut, sementara sisanya mungkin orang baru yang jika tidak mengerti, mereka akan bertanya. Misalnya keadaan tertentu saat portal pageant akan menulis berita spill the tea atau gosip-gosip panas.” (Y, wawancara, 21 Juni 2021)

Hasil dari wawancara terhadap tiga narasumber di atas merupakan bagian dari analisis teori konvergensi simbolik. Borman menggambarkan teori ini sebagai proses interaktif di mana manusia bertemu, dengan menceritakan fantasi individu, mimpi, harapan, atau ketakutan dalam sistem simbol bersama dan menawarkan kerangka kerja analitis yang kaku. Kerangka kerja ini menangkap perkembangan dinamis penciptaan makna dalam kelompok (Gyimothy, 2013). Ketiga narasumber sepakat bahwa proses penceritaan fantasi yang kemudian tersampaikan dalam bentuk pesan terdramatisasi dilakukan oleh anggota dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia tersebut, di mana telah berlangsung dalam rentang waktu antara tahun 2004 hingga 2013 dari kanal forum berbasis *web*. Dari saat itu hingga kemunculan media sosial Instagram, proses penyampaian pesan terdramatisasi masih berlanjut hingga saat ini, sebagai bentuk perkembangan dinamis pada penciptaan makna dalam kelompok.

Proses komunikasi konvergensi simbolik meliputi elemen tema fantasi, rantai fantasi, tipe fantasi, dan visi retorik (West & Turner, 2007).

Tema Fantasi

Tema fantasi merupakan isi pesan yang didramatisasi, bisa dengan analogi, permainan kata, lelucon, atau cerita, di mana mampu meningkatkan keinginan untuk berinteraksi. Pembicaraan tersebut bersifat nyata, karena berkaitan pula dengan aspek yang nyata (Caesaria & Wulan, 2018).

Tema fantasi yang terbentuk dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia dalam kanal Instagram dari komunitas *pageant lovers* itu sendiri, berupa lelucon, analogi, atau permainan kata. Beberapa contoh yang telah disebutkan pula oleh narasumber seperti

penciptaan istilah “Mbak *brownies*”, “turun gunung”, “negara gajah putih”, dan “negara topi bundar”. Tema fantasi inilah yang kemudian dapat meningkatkan semangat berinteraksi, sejalan dengan penjelasan narasumber admin akun @lambepageantz, bahwa penggunaan istilah dan kosa kata yang menarik bertujuan agar unggahan lebih menarik pembaca dan tidak terkesan kaku maupun monoton.

Rantai Fantasi

Elemen berikutnya dalam komunikasi konvergensi simbolik adalah rantai fantasi. Rantai fantasi ialah pesan yang didramatisasi, di mana pesan tersebut berhasil memperoleh tanggapan dari partisipan dalam komunikasi, sehingga meningkatkan kegairahan dan intensitas partisipan tersebut. Rantai fantasi menghasilkan landasan atas pengertian bersama, sehingga suatu kelompok mampu meraih komunikasi yang empati.

Tema fantasi yang telah terbentuk dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia kemudian memunculkan rantai fantasi, di mana pesan yang terdramatisasi berhasil mendapatkan tanggapan dan partisipan komunikasi, yakni dari *pageant lovers* Indonesia lainnya. Melalui berbagai cara, seperti bertanya kepada *pageant lovers* lainnya maupun mengandalkan pengetahuan dan pikirannya sendiri, para *pageant lovers* Indonesia telah menciptakan landasan pengertian bersama, sehingga membuat komunitas ini mampu mencapai komunikasi yang empati.

Tipe Fantasi

Setelah adanya landasan pengertian bersama, kemudian terbentuk tipe fantasi yang merupakan tema-tema fantasi yang berulang dan dibicarakan pada situasi yang lain, dengan karakter yang lain, dan latar yang lain, namun dalam alur cerita yang sama. Bisa kita simpulkan dari ketiga narasumber bahwa meski bentuk-bentuk istilah dan kosa kata dalam pesan terdramatisasi tersebut dibicarakan pada berbagai situasi, karakter, dan latar, namun memiliki kesamaan alasan, yakni agar makna sebenarnya dari yang ingin disampaikan tidak diketahui dengan mudah oleh individu atau kelompok di luar komunitas *pageant lovers* Indonesia.

Hal ini disampaikan oleh narasumber ketika menjelaskan bahwa adanya tujuan supaya *pageant lovers* dari negara lain tidak memahami konteks yang dibicarakan meski menggunakan aplikasi Google Translate. Narasumber lain juga menambahkan, ketika

membicarakan berita yang menarik dan cenderung bersifat gosip, maka istilah dan kosa kata tersebut turut digunakan dalam berinteraksi melalui kanal Instagram.

Visi Retoris

Bentuk konvergensi simbolik dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia di Instagram tidak hanya merupakan bentuk interaksi dan komunikasi saja, namun merupakan sebuah strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan hanya dapat dipahami maknanya oleh komunitas *pageant lovers* Indonesia saja. Visi retoris, di mana tema fantasi yang telah berkembang dan melebar keluar dari kelompok yang mengembangkan fantasi tersebut pada awalnya hingga menjadi fantasi masyarakat luas dan membentuk komunitas retoris, bisa terjadi dalam pesan yang disampaikan oleh *pageant lovers* Indonesia di Instagram. Namun, mereka tetap berusaha untuk menciptakan simbol-simbol lain untuk memaknai suatu hal yang tercermin dalam pesan terdramatisasi ketika terjalin interaksi dan komunikasi dalam kanal Instagram.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Penelitian

No	Elemen Konvergensi Simbolik	Hasil Penelitian
1	Tema Fantasi	Berupa lelucon, analogi, atau permainan kata, seperti penciptaan istilah “mbak <i>brownies</i> ”, “turun gunung”, “negara gajah putih”
2	Rantai Fantasi	Saling berbalas komentar maupun bertanya kepada <i>pageant lovers</i> lainnya, serta telah membuat <i>caption</i> lebih menarik bagi anggota komunitas
3	Tipe Fantasi	Agar makna sebenarnya dari yang ingin disampaikan tidak diketahui dengan mudah oleh individu atau kelompok di luar komunitas <i>pageant lovers</i> Indonesia
4	Visi Retoris	Bentuk pesan telah melebar keluar komunitas, seperti komunitas <i>pageant lovers</i> dari negara lain

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan tiga penelitian terdahulu yang dijadikan studi literatur yang menemukan bahwa bentuk fantasi dari konvergensi simbolik yakni permainan peran, candaan, dan *speech code* (Kurniatmasatria & Sulistyani, 2021). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian, bahwa komunitas *pageant lovers* Indonesia juga menghasilkan bentuk konvergensi simbolik berupa lelucon atau candaan dan sebagai bentuk strategi komunikasi yang bertujuan untuk membuat masyarakat di luar komunitas tidak memahami makna sebenarnya. Komunitas *Silky Band* Kota Kupang memiliki tiga dari empat konsep analisis tema fantasi, yaitu tema fantasi, rantai fantasi, dan tipe fantasi (Oro et al., 2020). Sementara itu, komunitas *pageant lovers* Indonesia memiliki keempat konsep analisis tema fantasi, yakni ditambah dengan visi retorik. Hal ini karena beberapa bentuk pesan terdramatisasi atau konvergensi simbolik menyebar ke luar komunitas dan digunakan secara luas, meski dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia tetap menghasilkan bentuk pesan baru. Adapun proses pembentukan tema fantasi dalam komunitas *Stand Up Indo* Pekanbaru berawal dari interaksi simbolik yang mengarah pada konvergensi simbolik, di mana isyarat simbolik yang digunakan merupakan hasil adopsi (Elsakina & Yohana, 2016). Hal ini sesuai dengan yang terjadi pada komunitas *pageant lovers* Indonesia, di mana beberapa pesan juga merupakan hasil adopsi dari bentuk kata maupun frasa yang telah ada sebelumnya.

Penutup

Perkembangan teknologi dan media baru berperan dalam berkembangnya komunitas *pageant lovers* di Indonesia, termasuk dalam kanal Instagram, yang menjadi sarana bagi para *pageant lovers* untuk dapat berinteraksi dan berkomunikasi. Bahasa yang digunakan dalam interaksi dan komunikasi tersebut menggunakan kosa kata yang unik dan menarik sebagai bentuk pesan yang terdramatisasi, sesuai dengan teori konvergensi simbolik. Bentuk pesan yang muncul di antaranya adalah “mbak brownies”, “turun gunung”, “negara gajah putih”, dan “negara topi bundar”. Sesuai dengan teori konvergensi simbolik, proses komunikasi yang meliputi tema fantasi, rantai fantasi, tipe fantasi, dan visi retorik juga muncul dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia. Konvergensi simbolik yang terjadi dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia merupakan proses penceritaan fantasi oleh anggotanya. Tema fantasi inilah yang kemudian dapat meningkatkan semangat berinteraksi, hingga muncul rantai fantasi. Setelah adanya

landasan pengertian bersama, kemudian terbentuk visi retorik, yakni agar makna sebenarnya dari yang ingin disampaikan tidak diketahui dengan mudah oleh individu atau kelompok di luar komunitas *pageant lovers* Indonesia. Konvergensi simbolik dalam komunitas *pageant lovers* Indonesia dalam kanal Instagram merupakan sebuah strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan hanya dapat dipahami maknanya oleh komunitas *pageant lovers* Indonesia saja.

Komunitas *pageant lovers* Indonesia merupakan komunitas baru yang menarik untuk diteliti lebih mendalam, karena terdapat bentuk-bentuk komunikasi yang dapat menambah pengetahuan dalam ilmu komunikasi. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa komunitas ini juga memiliki waktu-waktu tertentu di mana interaksi antar anggotanya lebih intens dan tidak jarang muncul konflik, bahkan dengan komunitas *pageant lovers* luar negeri. Hal ini dapat menjadi topik penelitian lanjutan, sebagai rekomendasi dan saran dari peneliti.

Daftar Pustaka

- Ayun, P. Q. (2016). Penggunaan Instant Messenger dan Komunikasi Interpersonal Remaja. *Jurnal Ilmu Sosial, 15(2)*, 111–120.
- Berty, T. T. (2017). *Menang Miss International 2017, Nama Kevin Lilliana Mendunia*. Liputan 6.
- Caesaria, Y., & Wulan, R. R. (2018). Tema-Tema Fantasi Melalui Humor dalam Akun Instagram @gita_bhebhita. *Dialektika, 5(1)*, 1–8.
- Damayanti, R. (2018). Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram. *JURNAL WIDYALOKA IKIP WIDYA DARMA, 5(3)*, 261–278.
- Effendy, O. U. (2004). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Rosdakarya.
- Elsakina, R. F., & Yohana, N. (2016). Konvergensi Simbolik dalam Komunikasi Kelompok Komunitas Stand Up Indo Pekanbaru. *JOM FISIP, 3(2)*, 1–14.
- Griffin, E. A. (2003). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill.
- Gyimothy, S. (2013). Symbolic Convergence and Tourism Social Media. *Tourism Social Science Series, 18(1)*, 55–71.
- Herdiansyah, H. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika.
- Indriani, S., & Prasanti, D. (2020). Analisis Konvergensi Simbolik dalam Media Sosial Youth Group Terkait Kasus Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi, 8(2)*, 179–193.
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, 17(1)*, 103–121.
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Indonesia*. <https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2021-Indonesia>.
- Kurniatmasatria, A. M., & Sulistyani, H. D. (2021). Konvergensi Simbolik dan Sense of Community Pada Kelompok Gamer DOTA 2. *Interaksi Online, 9(3)*, 242–253.

- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2012). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publications.
- Mayasari, A. (2019, December 23). *Jesica Fitriana, Sempat Diremehkan Kini Jadi Juara 3 Miss Supranational*. Wolipop Detik.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nabilla, F. (2021a, March 28). *Profil Aura Kharisma, Sabet Juara 4 Miss Grand International*. Suara.Com.
- Nabilla, F. (2021b, April 7). *7 Daftar Kontes Kecantikan di Indonesia, Mana yang Paling Prestisius?* Suara.com.
- Oro, E., Andung, P., & Liliweri, Y. (2020). Konvergensi Simbolik Dalam Membangun Kohesivitas Kelompok. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1507–1522.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. LKis Yogyakarta.
- Prasetya, M. R. (2020). Self-presentation dan kesadaran privacy micro-influencer di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 239–258.
- Ratnasari, E. D. (2017, November 13). *Cerita “Pageant Lovers”, Pendukung Loyal Kontes Kecantikan*. CNN Indonesia.
- Redaksi VOI. (2021, May 18). *Perkembangan Ajang Kecantikan Internasional: Dulu Monopoli Wanita Cantik, Kini untuk Pria dan Transgender*. VOI.
- Setiawan, H. (2019). Memilih Diantara 7 Tradisi Ilmu Komunikasi dalam Kerangka Filosofis. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 9(1), 18–35.
- Souisa, V. (2016a, November 27). *Cerita Felicia Hwang Menjadi Runner-up 2 dan Miss Best Dresser di Miss International 2016*. Tabloid Bintang.
- Souisa, V. (2016b, December 3). *Di Balik Kemenangan Ariska Putri Pertiwi dalam Miss Grand International 2016*. Tabloid Bintang.
- West, R., & Turner, L. H. (2007). *Pengantar Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- Wildan, M. (2014). Konvergensi Simbolis dalam Komunikasi Ruang Siber. *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 209–232.
- Windasari, D. R. (2018). Konstruksi Makna Pageant Bagi Pria di Kota Pekanbaru yang Pernah Mengikuti Ajang Male Pageant dalam Perspektif Fenomenologi. *JOM FISIP*, 5(2), 1–15.
- Wood, A. F., & Smith, M. J. (2005). *Online Communication*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Zanin, A., Hoelscher, C. S., & Kramer, M. W. (2016). Extending Symbolic Convergence Theory: A Shared Identity Perspective of a Team’s Culture. *Small Group Research*, 47(4), 438–472.
- Zellatifanny, C. M. (2020). Tren Diseminasi Konten Audio on Demand melalui Podcast : Sebuah Peluang dan Tantangan di Indonesia. *Journal Pekommas*, 5(2), 117–132.
- Zevannya, A. R. (2012). *Analisis Konsep Diri Peserta Ajang Miss Indonesia untuk Menjadi Humas bagi Indonesia*. Universitas Indonesia.