

**PERSEPSI MAHASISWA PADA IDENTITAS WARIA DI
AKUN INSTAGRAM @MIMI.PERI SEBAGAI PRODUK *NEW*
MEDIA**

*(Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Hukum Islam
Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Salsha Yuslia

13730056

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : **Salsha Yuslia**
Nomor Induk : **13730056**
Proram Studi : **Ilmu Komunikasi**
Konsentrasi : **Advertising**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 14 Mei 2018

Yang Menyatakan,



Salsha Yuslia

NIM. 13730056



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Salsha Yuslia
NIM : 13730056
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**PERSEPSI MAHASISWA PADA IDENTITAS WARIA DI AKUN
INSTAGRAM @MIMI.PERI SEBEGAI PRODUK *NEW MEDIA*
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Hukum Islam Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Mei 2018

Pembimbing

Rama Kertamukti, M.Sn
NIP 19721026 201101 1 001



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DS.54/PP.00.91/601.9/2018

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI MAHASISWA PADA IDENTITAS WARIA DI AKUN INSTAGRAM @MIMI.PERI SEBAGAI PRODUK NEW MEDIA (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Hukum Islam Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SALSHA YUSLIA
Nomor Induk Mahasiswa : 13730056
Telah diujikan pada : Rabu, 16 Mei 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
NIP. 19721026 201101 1 001

Penguji I

Lukman Nusa, M.I.Kom.
NIP. 19861221 201503 1 005

Penguji II

Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
NIP. 19730423 200501 1 006

Yogyakarta, 16 Mei 2018
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
D E K A N



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

“Kalau kau rasa lelah, itu artinya sedang ada yang kau perjuangkan”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap segala puji dan syukur atas petunjuk dan nikmat yang telah Allah SWT berikan, maka skripsi ini saya persembahkan untuk:

Mamah dan Papah yang selalu menanyakan kapan saya pendadaran

Diri saya sendiri yang sangat kuat mendengarkan pertanyaan tersebut

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, tuhan yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.


Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat mengenai “Identitas” dan kaitannya dengan “*New Media*”. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si. selaku Ka Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Rama Kertamukti, M.Sn selaku dosen pembimbing paling pengertian yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, dan dukungan untuk mengarahkan dan memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Lukman Nusa, M. Ikom selaku penguji I yang juga memberikan pengarahan pada saya disaat genting.

5. Dr. Iswandi Syahputra, M. Si selaku penguji II yang telah memberikan masukan pada skripsi saya yang apa adanya ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta seluruh jajaran staf Tata Usaha dan Kemahasiswaan.
7. Papah dan mamah yang tidak pernah lelah menanyakan “Teh, kapan pendadaran?”
8. Mini komputer super tangguh kesayangan saya yang telah menemani disaat terlelah saya bertarung dengan revisi.
9. Teman “Telek-telekan” yang kata-katanya sangat memotivasi saya dalam pengerjaan skripsi
10. Padepokan Hizbul Wathan dan crew tempat saya melarikan diri dari kenyataan dan pertanyaan. Kalian memang penghibur yang sangar. Nais !!
11. Teman-teman semua yang selalu menanyakan pendadaranku kapan, ini buat kalian !!

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti pribadi dan umumnya bagi semua pembaca. Peneliti mohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga Allah SWT melimpahkan segala rahmat dan taufiq-nya sebagai balasan atas segala keikhlasannya.

Yogyakarta, 14 Mei 2018



Peneliti

Salsha Yuslia
NIM. 13730056

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Telaah Pustaka	10
F. Landasan Teori	12
1. Persepsi.....	12
2. Identitas	14
3. Waria	19
4. New Media (Media Baru).....	22

5. Instagram	22
G. Kerangka Pemikiran	28
H. Metodologi Penelitian.....	29

BAB II. GAMBARAN UMUM

A. Instagram	37
1. Pengikut	37
2. Unggah Foto	38
a. Kamera	38
b. Efek Foto	39
c. Judul Foto (<i>Caption</i>).....	39
3. Tanda Suka	40
B. Akun Instagram @mimi.peri	40

BAB III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sensasi	46
B. Atensi	63
C. Interpretasi	67

BAB IV. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	78
C. Kata Penutup	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 1. Unit Analisis.....	34
-----------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Komentar nitizen terhadap video pada akun instagram.....	5
Gambar 2. Segitiga Realitas Sosial-Siber Gotved.....	24
Gambar 3.Kerangka Penelitian.....	28
Gambar 4. Mimi Peri memakai gaun berbahan daun dan bathok kelapa.....	42
Gambar 5.Biodata akun @mimi.peri.....	50
Gambar 6. Mimi Peri mengunggah video dengan menggunakan bra	52
Gambar 7. Mimi Peri menggunakan “pakaian” dari daun.....	53
Gambar 8.Foto cara Berjalan dari Mimi Peri yang gemulai.....	55
Gambar 9.Foto hasil editan tim kreatif @mimi.peri.....	58
Gambar 10.Potongan video iklan yang dilakukan Mimi Peri	70



ABSTRACT

Since old time, people knows a tools that can help them to do something easier. They called it simple technology. For example, they use a pulley to draw water from a deep well. Along the time, this simple technology evolve according with the complicated human needs.

In this digital era, human needs to be more complicated than before. People are always be required to be fast and being more knowledges. That's why the media that use internet connection come appear, called New Media. People use this media in a different way, depending they needs.

New media is a medium to give user to express themsleves as many as they want. It's also made @mimi.peri as an account in Instagram brought a new identity. This phenomenon certainly attracted public attention, especially students from Pascasarjana Hukum Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Keywords: *Identity, new media, shemale, perception, Hukum Islam Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.*

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi telah sejak lama menjadi bagian dari kehidupan manusia. Sejak lahir ke dunia, bayi manusia yang belum bisa berbicara sudah memulai komunikasinya dengan cara menangis. Dalam proses komunikasi yang sederhana ini juga terjadi pertukaran informasi antara bayi dengan orang tua.

Perkembangan teknologi membawa manusia menuju zaman yang memudahkan antar manusia untuk berkomunikasi. Terciptalah suatu inovasi media yang memanfaatkan jaringan internet sebagai penghubung. Media ini memfasilitasi masyarakat untuk memperoleh informasi dengan mudah dan cepat, tanpa mengeluarkan banyak tenaga dan biaya.

Selain itu, media ini dapat diakses langsung dari laptop, handphone, tablet maupun komputer yang pemakaiannya dapat diatur sendiri oleh penggunanya kapanpun dan dimanapun. Dengan adanya media ini, masyarakat tak perlu lagi repot bangun dari tempat tidur dan mengambil koran pagi untuk menikmati berita. Arus informasi yang cepat juga menjadikan media baru ini semakin digemari masyarakat. Pasalnya, dengan media ini, informasi yang sudah beberapa menit lalu maupun yang sedang terjadi dapat diberitakan dan diterima langsung oleh masyarakat.

Selain kebutuhan akan informasi secara global, ternyata masyarakat juga mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi antar sesamanya, baik dalam jumlah besar maupun pribadi. Hal inilah yang mendasari munculnya media sosial yang merupakan turunan dari inovasi media berbasis internet.

Dalam jurnal berjudul Komunikasi dan Media Sosial (*Communication and social media*) (Errika. 2016:3) Ardianto juga berpendapat bahwa media sosial *online*, disebut jejaring sosial *online* bukan media massa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat.

Salah satu cabang dari media sosial yang sangat digemari saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah *mobile* aplikasi yang memungkinkan para penggunanya untuk mengupload konten baik berupa foto maupun video kepada para pengikut akunnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan muncul di halaman *feed* pengguna akun yang menjadi pengikut. Aplikasi ini digemari karena memiliki fitur dan tampilan yang menarik serta berbeda dengan media sosial lainnya seperti twitter maupun facebook. (sumber <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram> diambil 4/6/2018 pukul 1:17 AM)

Instagram mencatat *milestone* dengan mengumumkan bahwa jumlah pengguna aktif bulannya telah mencapai kisaran 600 juta akun. Angka tersebut sudah dua kali lebih banyak dibandingkan dua tahun lalu yang tercatat sebanyak 300 juta. “Dalam 6 bulan terakhir saja (sejak Juni 2016), Instagram

ketambahan 100 juta pengguna.” Sebut Instagram dalam sebuah postingan blog berisi pengumuman. (sumber <http://tekno.kompas.com/read/2016/12/16/09060027/pengguna.instagram.tembus.600.juta> diambil 6/8/2017 pukul 1.51 PM)

Sedangkan menurut CNNIndonesia.com “Instagram sendiri memiliki 22 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia. Angka tersebut diyakini akan terus meningkat.” (sumber <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> diambil 6/8/2017 pukul 1.54 PM)

Selain tampilan dan fiturnya yang menarik, media ini juga dapat digunakan sebagai sarana untuk mengekspresikan diri sehingga masyarakat kerap menggunakannya sebagai peningkat popularitas dan eksistensi diri dengan memamerkan bakat dan keahlian kepada publik.

Dalam Instagram, netizen biasa menggunakan istilah Selebgram dalam menyebut seseorang yang meraih perhatian banyak netizen lain sesama pengguna Instsgram. Istilah ini juga digunakan netizen untuk menyebutkan seorang pemilik akun yang memiliki pengikut lebih dari 10 ribu orang. Salah satu selebgram yang sedang menjadi perbincangan adalah akun instagram @mimi.peri. Akun ini adalah milik seorang laki-laki bernama Ahmad Jaelani. Ia tinggal atau berasal dari Kendari, Sulawesi Tenggara. (sumber <http://www.donstad.com/2017/08/profil-terlengkap-mimi-peri-nama-asli.html> diakses 12/10/2017 pukul 1.24 PM)

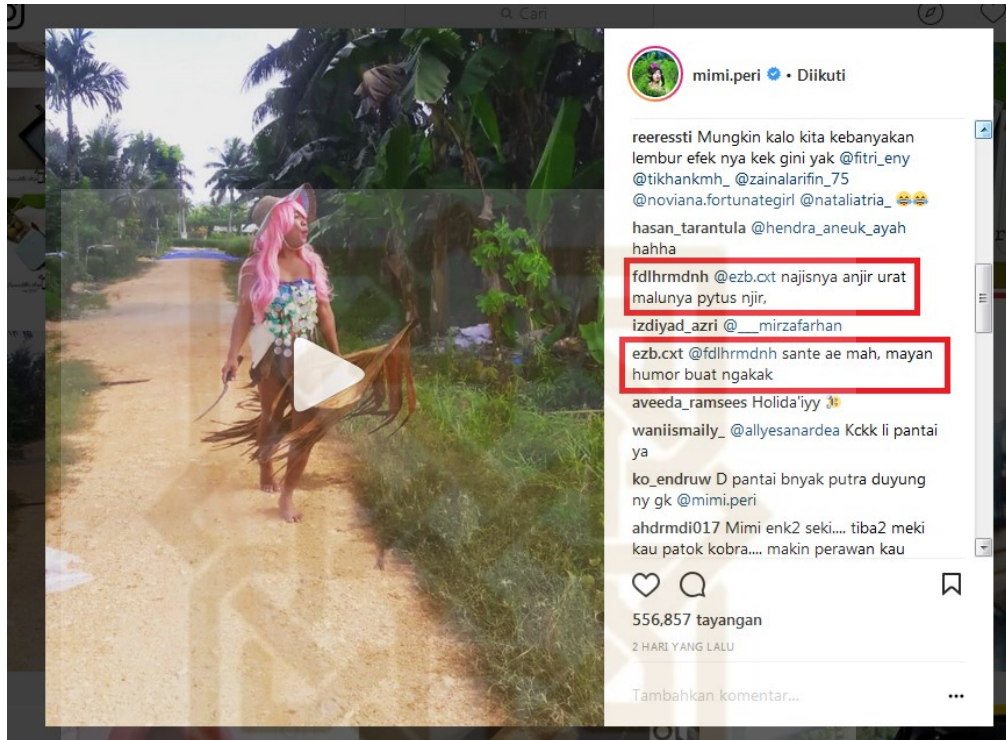
Dia memperkenalkan dirinya dengan berpakaian wanita dan mengaku bahwa dirinya adalah seorang peri yang turun ke bumi dengan nama Mimi Peri. Pada biodata yang tertera di akunnya tersebut, Mimi Peri mengaku sebagai seorang peri mungil yang memiliki kecantikan 17 kali cantik, dengan keperawanan abadi dan payudara sebiji ketumbar.

Akun instagram @mimi.peri sampai detik ini memiliki pengikut sebanyak 763ribu dengan 2000 postingan. Dalam setiap postingannya di instagram, akun @mimi.peri mampu mendapatkan *likes* 138 ribu. (sumber <https://www.instagram.com/mimi.peri/?hl=id> diakses 12/10/2017 pukul 1.36 PM)

Sejak kemunculan akun Instagram @mimi.peri, timbul pro dan kontra terhadap akun ini. Terlihat dari komentar masyarakat di setiap foto maupun video yang diunggah akun @mimi.peri.

Gambar 1. Komentar netizen terhadap video pada akun instagram

@mimi.peri



(sumber <https://www.instagram.com/p/BjeOrWPBd2H/?hl=id&taken-by=mimi.peri> diambil 4/6/2018 pukul 1:41 AM)

Pada postingan yang memperlihatkan Mimi Peri menggunakan pakaian wanita (gambar 1), bermunculan komentar netizen yang bersikap positif namun ada juga yang kemudian menjelek-jelekkkan Mimi Peri. Terlebih saat Mimi Peri mengaku menjadi istri seorang anggota *boyband* asal Korea, Sehun. Dia memposting foto-foto Sehun yang telah direkayasa sebelumnya oleh tim kreatifnya agar tampak seolah Mimi Peri sedang berada disamping Sehun dengan bergaya seolah seperti remaja pacaran. Hal ini tentu saja membuat para penggemar *K-Pop* menjadi sangat marah. Mereka merasa Mimi

Peri mengganggu idolanya dengan postingan yang ditandai pada akun pribadi Sehun, @oohsehun.

Salah satu video yang diunggah akun Instagram @mimi.peri mengatakan bahwa dari akun media sosial instgramnya ini, Mimi Peri mampu mendapatkan pemasukan dari mempromosikan berbagai produk kecantikan milik berbagai produsen untuk diiklankan pada akun pribadinya. Sehingga sedikit-demi sedikit dia dapat membangun rumahnya. Selain itu, dia juga pernah mengunggah foto dirinya sedang menjadi pengisi acara pada sebuah acara ulang tahun.

Akibat kenyentrikannya, Mimi Peri dilirik oleh seorang sineas muda untuk dijadikan aktor untuk bermain disalah satu serial film. Terkenalnya Mimi Peri sebagai seorang selebgram juga membuat Polres Konawe Selatan, Sulawesi Tenggara menjadikan dirinya sebagai seorang Duta Kamtibmas Konawe Selatan yang dilantik oleh Kepala Polres Konawe Selatan, Sulawesi Tenggara, AKBP Yeyen Lesmana. (sumber: <https://www.brilio.net/selebritis/mimi-peri-diangkat-jadi-duta-kamtibmas-konawe-selatan-170513h.html> diambil 12/6/2017 pukul 12.09 PM)

Tidak dapat dihindari bahwa media sosial, khususnya Instagram, adalah media yang dapat diakses oleh siapa saja. Konten yang tersedia baik berupa informasi, hiburan maupun bisnis menjadi tontonan bagi nitizen, sebutan bagi masyarakat virtual pengguna internet. Kemudahan dalam mengakses internet ini membuat khalayak ikut andil dalam pemberian label

kepada para selebgram. Adapun akun @mimi.peri ini tidak hanya memberikan pandangan positif namun juga reaksi negatif dari netizen. Pada sebuah wawancara yang dilakukan jatengpost.com dengan seorang artis yang juga pemain sulap, Deddy Corbuzier, mengenai akun @mimi.peri dia mengatakan "Siapa Mimi Peri? Ada yang bisa kasih tahu saya siapa dia? Dia memang sangat luar biasa. Tapi cukup mengganggu saya," (sumber <http://www.jatengpos.com/2017/08/video-viral-eta-terangkanlah-hingga-mimi-peri-bikin-deddy-corbuzier-bingung-841502> diambil 31/05/2018 pukul 00.08)

Selain mengganggu pengguna internet lain, fenomena ini tentu bertentangan dengan norma yang ada di masyarakat, dimana seorang laki-laki digambarkan dengan memakai atasan seperti kaos, kemeja, *polo-shirt*, koko, dengan bawahan celana atau sarung. Dengan penampilan Mimi Peri pada akun instagram @mimi.peri yang menggunakan gaun ataupun rok, apalagi dengan atribut lainnya seperti rambut palsu bahkan pakaian dalam wanita merupakan sebuah pelanggaran. Seorang laki-laki juga sewajarnya memiliki wibawa dan menonjolkan sisi maskulin. Hal ini tentu juga melanggar aturan agama khususnya dalam islam. Sesuai ayat Al-Quran

فَلَمَّا وَضَعَتْهَا قَالَتْ رَبِّ إِنِّي وَضَعْتُهَا أُنْثَىٰ وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا وَضَعْتَ
وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنْثَىٰ وَإِنِّي سَمَّيْتُهَا مَرْيَمَ وَإِنِّي أُعِيذُهَا بِكَ وَذُرِّيَّتَهَا
مِنَ الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ ﴿٣٦﴾

“Ya Tuhanku, sesungguhnya aku melahirkannya seorang anak perempuan; dan Allah lebih mengetahui apa yang dilahirkannya itu; dan anak laki-laki tidaklah seperti anak perempuan. Sesungguhnya aku telah menamai dia Maryam dan aku mohon perlindungan untuknya serta anak-anak keturunannya kepada (pemeliharaan) engkau daripada syaitan yang terkutuk.” (QS Ali Imran: 36)

Adapun Hadist Rasulullah SAW yang berbunyi

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ: لَعَنَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنَ الرَّجَالِ وَالْمُتَرَجَّلَاتِ مِنَ النِّسَاءِ. وَقَالَ: أَخْرِجُوهُمْ مِنْ بَيْوتِكُمْ.
البخارى ٧: ٥٥

Dari Ibnu ‘Abbas, ia berkata: Rasulullah SAW melaknat para laki-laki yang bergaya seperti wanita dan para wanita yang bergaya seperti laki-laki. Dan beliau bersabda, “Keluarkan mereka dari rumah-rumah kalian.” [HR. Bukhari no. 5885]

Masalah yang muncul tidak hanya berhenti pada bagaimana fenomena akun Instagram @mimi.peri menampilkan tokoh yang melakukan beberapa pelanggaran norma saja. Namun pada konteks media sosial, tokoh @mimi.peri memberikan simbol dan kode untuk berkomunikasi dengan pengikutnya.

Menurut Marc Smith di buku Komunikasi Antar Budaya di Era Budaya Siber (Rulli. 2012: 100), terdapat aspek penting untuk melakukan komunikasi di internet. Pertama, *CMC is acorporeal because it is primarily a text-only medium*. Interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya diwakili dengan teks. Kedua, *CMC is astigmatic*, bahwa interaksi yang terjadi cenderung mengabaikan stigma terhadap individu tertentu.

Pada akun instagram @mimi.peri, terdapat banyak simbol yang muncul baik melalui teks maupun konten visual pada foto dan video. Simbol tersebut yang kemudian dimaknai oleh pengikut akun instagram @mimi.peri dan menjadi pedoman netizen untuk memberikan penilaian pada akun tersebut.

Di Kota Yogyakarta yang terkenal dengan kota pelajar ini, banyak sekali sekolah ataupun universitas yang mengkoneksikan ilmu agama dengan ilmu sosial. Salah satu universitas tersebut adalah UIN Sunan Kalijaga. Dimana pada universitas ini, mahasiswa dibekali ilmu agama sebagai pondasi dan ilmu social sebagai intelegensi. Dengan ilmu agama yang lebih dibandingkan dengan universitas lain, peneliti ingin melihat bagaimana persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga, khususnya Pascasarjana Hukum Islam, terhadap simbol-simbol yang diberikan akun instagram @mimi.peri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian mengajukan rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana persepsi mahasiswa Hukum Islam Pascasarjana UIN Sunan Kalijagapada Identitas Waria di akun Instagram @mimi.peri sebagai produk *new media*?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut, untuk mengetahui persepsi mahasiswa Hukum Islam pascasarjana UIN Sunan Kalijagapada Identitas Waria di akun Instagram @mimi.peri sebagai produk *new media*.

D. Manfaat Penelitian

Dari penyusunan penelitian ini diharapkan nantinya akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Mampu digunakan sebagai referensi dengan kajian pengembangan ilmu komunikasi terkait dengan persepsi.

2. Manfaat Praktik

Secara praktik, penelitian diharapkan memberikan manfaat sebagai bahan telaah awal bagi akademisi, praktisi, maupun instansi untuk memahami persepsi masyarakat akan suatu hal, khususnya yang berkaitan dengan *new media*.

E. Telaah Pustaka

Dengan kemajuan teknologi saat ini, penelitian yang berkaitan dengan *new media* khususnya Instagram sudah banyak dilakukan. Hadirnya media sosial membawa warna dan kesegaran baru bagi peneliti sehingga objek penelitian bidang komunikasi khususnya, tidak berkutat di situ-situ saja.

Pertama, skripsi berjudul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Terhadap Manfaat Instagram sebagai Media *Online Shop*” karya Maria Kartini Sara, Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Tujuan penelitian yang ditulis Maria Kartini Sara adalah untuk menganalisis secara mendalam tentang persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas

Jember terhadap manfaat Instagram sebagai media *online shop*. Kesamaan penelitian yang dilakukan oleh Maria Kartini Sara dengan penelitian ini adalah subjek penelitiannya adalah mahasiswa. Dimana mahasiswa adalah tingkatan tertinggi dalam susunan pelajar, yang tentu saja memiliki tingkat kedewasaan dan cara berfikir yang lebih baik dibandingkan dengan tingkatan pelajar dibawahnya. Kesamaan lain penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Kartini Sara adalah meneliti pada ruang lingkup Instagram dan penggunaannya.

Perbedaan penelitian Maria Kartini Sara dengan penelitian ini adalah pada penelitian yang dilakukan Maria Kartini Sara, lebih menekankan pada perilaku mahasiswa yang memanfaatkan Instagram sebagai media belanja *online (online shop)*. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti lebih menekankan pada persepsi mahasiswa Hukum Keluarga tentang akun Instagram @mimi.peri dari segi keilmuan, khususnya ilmu agama Islam.

Kedua, skripsi berjudul “Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram. (Studi Kasus Pada Konsumen Terhadap Minat Beli Melalui Situs Instagram)” yang ditulis oleh Dian Innes Anjaskara, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji sikap konsumen khususnya para mahasiswa pada situs Instagram terhadap minat beli. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dian Innes dengan penelitian ini adalah penggunaan mahasiswa sebagai

subyek penelitiannya. Kesamaan lain yaitu penelitian Dian Innes juga menggunakan media Instagram sebagai bahan penelitian.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Dian Innes Anjaskara dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut lebih menekankan pada sikap konsumen yang dalam hal ini mahasiswa pengguna Instagram terhadap minat beli suatu produk yang ditawarkan pada media Instagram. Sedangkan penelitian ini menekankan pada persepsi mahasiswa terhadap akun @mimi.peri dari segi keislaman.

Ketiga, skripsi berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Reality Show Mistik (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Tayangan “Dua Dunia” Di Trans 7 Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga)” yang diajukan oleh Saiful Arif, mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap tayangan *realityshow* mistik “Dua Dunia” di televisi. Persamaan penelitian yang dilakukan Saiful Arif dengan penelitian ini adalah keduanya mengacu pada teori persepsi sebagai bahan penelitian. Kesamaan lainnya adalah subjek yang digunakan adalah mahasiswa.

Perbedaan penelitian Saiful Arif dengan penelitian ini adalah Saiful Arif melakukan penelitian pada *reality show* di media televisi, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian pada media sosial, instagram.

F. Landasan Teori

1. Persepsi

Persepsi merupakan inti dari komunikasi. Sebagai seorang makhluk sosial, manusia sering kali memberika persepsi pada lingkungan sekitarnya. Persepsi yang akurat memberikan pola komunikasi efektif. Jalaluddin Rakhmat (2011: 50) mengatakan bahwa “Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*).”

Senada dengan konsep Jalaluddin, J. Cohen mendefinisikan persepsi sebagai “Interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representasi objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada diluar sana” (Mulyana. 2012: 180). Dari dua pendapat tersebut persepsi dapat disimpulkan sebagai kegiatan otak dalam menginterpretasikan atau menafsirkan informasi yang diperoleh dari pengalaman individu tersebut.

Menurut Dedi Mulyana (2012: 181), persepsi meliputi pengindraan (*sensasi*) melalui alat-alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap dan indra pendengar), *atensi* dan *interpretasi*. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Akan tetapi kemampuan orang berbeda-beda dalam mengindra lingkungannya, karena mereka juga berbeda secara genetis, berbeda pengalaman dan

pembelajaran, atau karena sebagian alat indranya kurang berfungsi karena usia tua atau kecelakaan.

Atensi tidak terelakkan karena sebelum kita merespons atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti persepsi memberikan syarat kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri.

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun dalam menginterpretasi makna suatu informasi tidak bisa dilakukan secara langsung; melainkan menginterpretasi makna informasi yang dipercayai mewakili objek tersebut. Pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukanlah pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya persepsi adalah sebagai berikut (Jalaludin Rakhmat, 2011: 54):

a. Faktor-faktor Fungsional

Faktor Fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang disebut sebagai faktor-faktor personal. Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi bersifat selektif secara fungsional. Dalil ini berarti bahwa obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.

b. Faktor-faktor Struktural.

Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi berasal dari luar individu, seperti lingkungan, budaya, hukum yang berlaku, nilai-nilai dalam masyarakat sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu.

2. **Identitas**

Identitas merupakan sebuah hak seorang manusia agar dapat menjadi pembeda dirinya dengan manusia lain. Masing-masing individu mempunyai keinginan untuk menciptakan identitas diri mereka tanpa ada pihak lain yang memaksa mereka atas dasar kekuasaan. Identitas diri khususnya pada dunia siber merupakan salah satu fenomena yang terjadi dalam hubungan interpersonal manusia pada era modern.

Stuar Hall dalam *The Question Of Cultural Identity* (1996:596-636) menegaskan bahwa perkembangan era modern kini telah membawa perkembangan baru dan mentransformasikan bentuk-bentuk individualisme; sebagai “tempat” dimana konsepsi baru mengenai subjek individu dan bagaimana identitas itu bekerja (Nasrullah. 2012: 115).

Terjadi transformasi pada seorang individu modern dimana dia berusaha melepaskan diri dari belenggu tradisi dan struktur sosial dari lingkungannya.

Bagi Hall dalam *Identity: Communication, Culture, Difference*(1990), “...There are two kinds of identity, identity as being (which offers a sense of unity and commonality) and identity as becoming

(or a process of identification, which shows the discontinuity in our identity formation).” Identitas pada dasarnya dikaji Hall terbagi menjadi tiga konsep subjek yang berbeda, yakni (a) *Enlightenment subject* (b) *sociological subject*, dan (c) *post-modern subject* (Nasrullah. 2012: 115-124).

The enlightenment subject bahwa secara konsep manusia merupakan subjek yang terpusat, individu yang menyatu, subjek secara fitrahnya mewarisi apa yang dikatakan sebagai beragam salasan (*reason*), kesadaran (*consciousness*), dan aksi (*action*) yang bagi Hall merupakan “*Whose center consists of inner core which first emerged when the subject was born, and unfolded with it while remaining essentially the same-contintence.*” Pusat dari segala hal yang esensial menyangkut diri inilah yang disebut sebagai “identitas” seseorang.

The sociological subject merupakan subjek (individu) yang dihasilkan dari relasi yang terjadi di wilayah sosial atau yang disebut Hall sebagai “*significant others*”. Identitas dalam konsep ini, pada dasarnya menghubungkan apa yang disebut “yang di dalam” sebagai wilayah pribadi dan “yang di luar” sebagai wilayah sosial.

Subjek, yang sebelumnya memiliki identitas yang stabil dan menyatu selanjutnya akan terfragmentasi tidak hanya menjadi satu melainkan beberapa identitas; yang terkadang hal demikian menimbulkan kontradiksi atau identitas yang “*unresolved identities*”. Identitas pada akhirnya, yang tersusun dari aspek “*the social landscapes out there*” dan

yang memberikan rasa kenyamanan secara subjektif melalui kebutuhan atau “*need*” yang objektif yang berasal dari kultur, akan terpecah-pecah sebagai hasil dari perubahan struktus dan institusional.

Identitas terbentuk dari “interaksi” yang terjadi antara diri dan (lingkungan) sosialnya; subjek pada dasarnya tetap memiliki sesuatu yang esensi dalam diri mereka yang disebut sebagai “*the real me*”. Namun hal ini semakin terbentuk dan dimodifikasi karena ada proses dialogis yang secara terus-menerus dengan dunia cultural “luar” serta identitas yang ditawarkan kepadanya.

The post-modern subject bahwa identitas itu merupakan defenisi yang harus didekati melalui historis dan bukan dengan pedekatan “ilmu” biologi. Subjek diasumsikan memiliki identitas yang berbeda dalam waktu yang berbeda; identitas bukanlah apa yang menyatu di dalam diri atau *self* itu sendiri; secara pemetaan cultural apa yang dinamakan kelas sosial, *gender*, seksualitas, etnisitas, ras dan nasionalitas telah memberikan kenyataan tempat-tempat yang tegas bagi individu-individu dalam kehidupan sosialnya sebenarnya dibedakan atas dasar segala sesuatu yang bersifat *discontinuity*, *fragmentation*, dan *dislocation*. Bagi Hall identitas yang dimiliki oleh diri dan dibawa sejak dilahirkan sampai mati sebenarnya adalah konstruksi diri kita sendiri dengan konstruksi pemahaman yang memuaskan diri (*construct a comforting story*) atau “*narrative of the self*” tentang diri kita sendiri.

Menurut Tim Jordan (1999:60) ada dua hal kondisi yang bisa menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam berinteraksi di internet, yaitu (1) untuk melakukan koneksi di *cyberspace* setiap orang harus melakukan *logging in* atau melakukan prosedur tertentu---seperti menulis *username* dan *password*---untuk membuka akses ke email, situs jaringan sosial atau laman web lainnya. Ketika prosedur tersebut dilalui, maka individu akan mendapatkan semacam *their own individualized place* dimana setiap individu mendapatkan laman khusus yang hanya bisa diakses oleh individu tersebut saja atau yang biasa disebut dengan istilah akun (*account*); (2) memasuki dunia virtual kadang kala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus fiksikan atau mengkonstruksi dirinya di dunia virtual (Nasrullah. 2012: 126-127).

Setiap individu memiliki kemampuan tanpa batas untuk mengkreasi siapa dirinya di dunia siber dan hasil kreasi itulah yang nantinya akan mewakili individu dalam memainkan peran serta berinteraksi di internet. Pilihan untuk membuka identitasnya secara jujur dengan pilihan untuk membuat identitas palsu merupakan pilihan yang bisa diambil.

Tiga elemen dasar kekuatan individu di dunia siber menurut Tim Jordan (1999: 62-87), yaitu *identity fluidity*, *renovated hierarchies*, dan *information as reality*: *Identity fluidity* bermakna sebuah proses pembentukan identitas secara *online* atau virtual dan identitas yang

terbentuk ini tidaklah mesti sama atau mendekati dengan identitasnya di dunia nyata (*offline identities*); *Renovated hierarchies* adalah proses dimana hierarki-hierarki yang terjadi di dunia nyata (*offline hierarchies*) direka bentuk kembali menjadi *online hierarchies*; Hasil akhir dari *identity fluidity* dan *renovated hierarchies* inilah yang selanjutnya menjadi *information space*, yakni informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual.

Pada kenyataannya, identitas individu di *online* adalah individu yang memiliki dua kemungkinan, yakni bisa jadi sama atau bisa jadi berbeda dengan identitasnya secara *offline*. Lebih dari itu, seorang individu mungkin saja memiliki identitas yang beragam dengan karakter yang berbeda-beda di *online*. Menurut Stone (1983:83) “*When all that people know about you is the words you type and when some of those words are your name and your description, than virtual communities never can really be certain that you are who you say you are. To be certain, the virtual must become real and people have to meet face to face.*” (Nasrullah. 2012: 126-130).

3. Waria

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, waria adalah sebuah akronim dari wanita pria yang memiliki arti pria yang bersifat dan bertingkah laku seperti wanita; pria yang mempunyai perasaan sebagai wanita; wadam (Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2005: 1269)

Waria berbeda dengan kebanyakan orang pada umumnya. Dia memiliki postur tubuh seorang laki-laki namun tingkah lakunya gemulai, cara bertutur katanya lemah lembut dan perasaannya sensitif, mirip seorang perempuan.

Dede Oetomo (1996: 261, 2005: 54) menyatakan bahwa waria dapat dikategorikan sebagai gender ketiga (*the third gender*) karena mereka menggabungkan femininitas dan maskulinitas. Sebagian waria merasa bahwa mereka adalah perempuan yang terperangkap dalam tubuh laki-laki (*women trapped in men's bodies*) (Maimunah. 2012: 2).

Femininitas dan maskulinitas merupakan konstruk sosial yang dibangun oleh masyarakat berdasarkan tingkah laku, peran dan mungkin saja pekerjaan seseorang atau lebih dikenal dengan sebutan *Gender*.

Istilah *gender* sendiri mempunyai konotasi psikologis, sosial dan kultural yang membedakan antara pria dan wanita dalam menjalankan peran-peran maskulinitas dan feminitas tertentu di masyarakat. (Haralambos dan Holborn, 1995:581; Giddens, 1992: 158 dalam Sunarto, 2009: 33).

Dalam kehidupan bermasyarakat, maskulin atau yang dapat dikatakan sifat yang dimiliki pria dan feminin atau sifat yang dimiliki perempuan memiliki perannya masing-masing. Untuk membedakan keduanya pun dapat dengan melihat fisik. Atribut juga merupakan salah satu tolak ukur yang dapat membedakan antar feminin dan maskulin.

Atribut yang paling banyak diletakkan dengan konsep pria adalah kuat, menyembunyikan perasaan, macho, seksi dan berotot. Sedangkan konsep wanita dilekatkan dengan menarik, feminin, pintar, sensitif, dan emosional (Unger dan Crawford yang mengutip Deaux dan kawan-kawan, 1992:112-113 dalam Sunarto, 2009: 157).

Seperti yang sudah peneliti katakan bahwa waria merupakan penggabungan dari dua kategori *gender* yang ada. Dengan tubuh laki-laki, waria memiliki atribut wanita seperti emosional, sensitif dan feminin yang terlihat melalui fisik dan pakaiannya. Dalam hal ini, waria merupakan identitas jender, dan bukan merupakan identitas seksual. Karena secara lahiriah, seorang waria memiliki organ intim laki-laki walaupun kebanyakan dari mereka mungkin saja melakukan operasi.

Kebanyakan waria merasakan adanya perbedaan antara dirinya dengan orang lain dialami sejak kecil. Dalam penelitian yang dilakukan Maimunah yang berjudul Fluiditas Antara Maskulinitas Dan Feminitas: Representasi Waria Dalam Film Dokumentasi Dan Fiksi (2012: 4) menyebutkan bahwa salah seorang tokoh bernama Sholeh menyadari bahwa sejak kecil ia telah memiliki kecenderungan waria sebagaimana dialog dalam film “*Aku lembeng kit cilik...bibit arep dadi banci wis ono, rambutku dhowo. Aku jaluk boneka, anak lanang khan biasane jaluk robot-robotan.*” Narasi tokoh Sholeh secara gamblang menunjukkan bahwa kecenderungan sebagai *transgender* adalah sesuatu yang muncul secara nalurisejak lahir (*innate from birth*), alami (*nature*) dan tidak dapat

dielakkan. Dalam perkembangannya, waria mengalami perubahan. Selain naluri lahiriah, waria mulai menunjukkannya secara fisik melalui pakaian (*cross dressing*) dan menunjukkan jiwa feminimnya (*feminine soul*).

Dalam penelitian yang dilakukan Maimunah (2012: 7) pada film *Betty Bencong Slebor*, Betty, seorang pegawai rumah tangga (PRT) yang merupakan seorang waria, direpresentasikan dengan dandanan ala perempuan: mengenakan lipstik, sanggul, dan aksesoris perempuan ideal terutama dalam aktivitas sehari-harinya. Ditunjukkan dengan potongan *scene* saat Betty sedang mencuci, dia menggunakan sarung, hem pendek dan sanggul. *Scene* tersebut merupakan penggambaran dari *cross dressing* yang dilakukan Betty, sebagai waria. Adanya jiwa feminin (*feminine soul*) ditunjukkan ketika mobil juragannya mogok dan dia meminta beti untuk mendorong mobilnya, betty menjawab “*Mana bisa tuan, saya tidak kuat, tuan... sayakan lembut.*” Hal tersebut menunjukkan bahwa naluri Betty sebagai seorang perempuan tidak memiliki kekuatannya sebagaimana yang dimiliki laki-laki.

Penelitian tersebut juga menunjukkan adanya naluri feminin pada Renita, tokoh dalam film dokumenter *Renita-renita*, ketika ayahnya menanyakan apakah ia memilih menjadi laki-laki atau perempuan, Renita menjawab sebagai perempuan. Kemudian ayahnya berkata, “*Boleh menjadi perempuan, asal pulang kampung membawa istri dan anak.*” Artinya Renita diminta untuk menjadi suami dan ayah. Menanggapi hal tersebut, Renita memilih untuk kabur dari rumah dan mempertahankan

identitasnya sebagai waria. Kepergian Renita terjadi akibat adanya pergolakan antara femininitas yang ada pada dirinya dan maskulinitas yang dipaksakan keluarganya.

4. *New Media*(Media Baru)

Media massa selama berangsur-angsur mengalami begitu banyak perubahan. Sejak kemunculan media pertama kali yang menggunakan arus komunikasi satu arah, sampai pada saat ini masyarakat mengenal media baru yang memungkinkan terjadinya arus dua arah bahkan lebih dengan adanya timbal balik yang dapat diterima langsung oleh pengirim pesan.

Mc Quail (2010) menjelaskan bahwa media baru disini adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk pengguna pribadi sebagai alat komunikasi. Perbedaan media baru dengan media massa tradisional adalah media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan (1) memungkinkan terjadinya percakapan antar-banyak pihak; (2) memungkinkan penerima secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali obyek-obyek budaya; (3) mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya, dari hubungan kewilayahan dari modernitas; (4) menyediakan kontak global secara instan; dan (5) memasukkan subyek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaring (Poster, 1999:15).

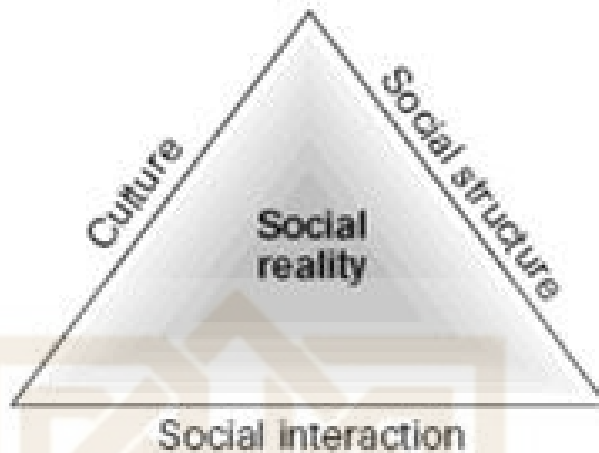
Dalam perkembangannya, *new media* melahirkan sebuah produk media yang dapat digunakan untuk bersosialisasi dengan individu yang jaraknya jauh dan tidak dapat ditempuh dengan tatap muka. Produk ini kemudian disebut dengan media sosial.

Menurut Nasrullah (2016), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Media sosial merupakan medium digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai dalam masyarakat juga bermunculan di media sosial, baik dalam bentuk yang sama maupun berbeda. Namun pada dasarnya, media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarisme. Dalam menggunakan media sosial, terdapat sanksi maupun hukuman terhadap pelanggaran yang dilakukan, walaupun tidak dalam bentuk fisik. Realitas yang terjadi merupakan realitas sosial yang ada di internet dan media sosial pada khususnya.

Dalam hal ini, Gotved (2006a) telah memodifikasi model realitas sosial yang merupakan dasar dari pemahaman terhadap sosiologi yang dikembangkan oleh Boudreau dan Newman (1993) untuk melihat bagaimana realitas itu terjadi di media sosial bernama Segitiga Realitas Sosial-Siber (Nasrullah. 2016: 53).

Gambar 2. Segitiga Realitas Sosial-Siber Gotved



(sumber <http://photos1.blogger.com/blogger/1235/4129/320/Traingle.jpg>
diakses 9/27/2017 jam 3.41 PM)

Dalam model tersebut, dengan menggunakan perspektif konstruksi sosial, interaksi sosial merupakan landasan awal budaya maupun struktur sosial. Ketiga sisi model, yakni interaksi sosial, budaya, maupun struktur sosial, pada akhirnya akan membentuk apa yang disebut dengan realitas sosial sebuah pusat. Untuk memahami realita sosial tersebut, semua elemen yang ada tidak dapat dipisahkan (Nasrullah. 2016: 53).

Segitiga realitas sosial-siber milik Gotved ini memberikan pemahaman bahwa realitas yang ada di dunia virtual merupakan realitas rekayasa yang sengaja dibangun oleh pengguna media sosial. Selain membangun realitas virtual, campur tangan pengguna media sosial ini juga berdampak pada peran netizen, sebutan masyarakat pengguna media sosial, yang bukan hanya sebagai penikmat konten tapi ikut serta dalam produksi dan penyedia konten. Saat ini, netizen dapat berkontribusi melaporkan kejadian secara langsung dan mengaksesnya melalui media sosial.

Ada tiga konsep mengenai bagaimana manusia memandang teknologi media sosial (Nasrullah. 2016: 70-71) yaitu:

a. Utopian

Kaum *Utopian* menerima keadaan dan determinasi teknologi dengan tangan terbuka. Determinasi dari teknologi komunikasi ini tidak hanya terhadap cara berkomunikasi, tapi juga budaya, sosial, politik, hingga ekonomi (McLuhan, 1964). Dalam pandangan *utopian*, perkembangan teknologi memberi dampak tidak adanya sekat dan stratafikasi bagi seluruh aspek kehidupan manusia. Argumen ini menunjukkan bahwa pengaruh nyata dari situasi yang dihasilkan oleh interaksi akibat teknologi komunikasi nantinya akan mendorong terbentuknya ruang deliberatif baru; memberikan ruang publik baru; dan memunculkan pola baru dalam komunikasi antar warga selaku *user*, konsumen, atau produsen informasi.

b. Dystopian

Konsep ini menjelaskan bahwa teknologi komunikasi harus dipandang dengan sangat hati-hati. Pola pandang ini menyatakan bahwa hubungan antara warga dan pemerintah jauh lebih bermakna secara langsung atau tatap muka dibanding difasilitasi dengan media baru, seperti internet. Media baru ini dipercaya telah memberikan pengaruh terhadap cara berkomunikasi, bahkan secara negatif mengubah praktik dan ruang

komunikasi yang sebelumnya dipelihara secara demokratis. Dalam tatanan sosial, *dystopian* mengangap bahwa tatanan masyarakat menjadi terpecah, bahkan mengisolasi interaksi satu sama lain, serta telah terjadi fragmentasi akibat komunikasi yang tidak langsung dan termediasi oleh media.

c. *Technorealism*

Dua prinsip penting tentang *technorealism*, “*technologies are not neutral*” dan “*the internet is revolutionary, but not Utopian*”, menunjukkan bahwa adanya ajakan untuk melihat revolusi teknologi secara wajar, juga tidak serta merta menyatakan bahwa revolusi mengubah begitu saja proses komunikasi dan struktur masyarakat yang selama ini telah terbangun.

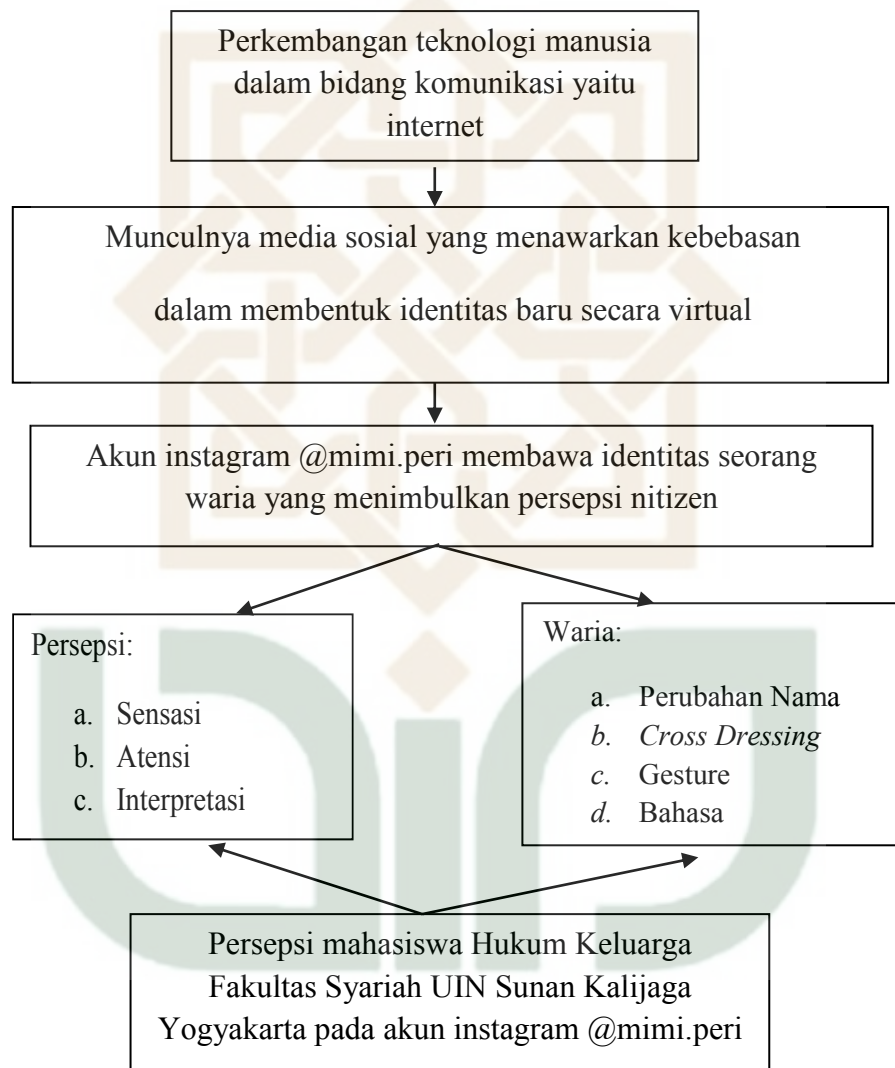
5. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk instagram pribadinya. (sumber <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses 5/9/2017 jam 1.10 PM). Salah satu keunikan instagram yang juga menjadi daya tarik dari aplikasi ini adalah fiturnya yang dapat memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil foto yang ditangkap menggunakan kamera polaroid.

G. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, peneliti merangkum kerangka pemikiran dalam bentuk gambar berikut ini:

Gambar 3. Kerangka Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti

H. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah teknik-teknik spesifik dalam penelitian (Deddy Mulyana, 2010:146). Metode penelitian digunakan agar suatu penelitian dapat tersusun dan lebih rasional dengan menggunakan jenis penelitian tertentu.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada *quality* atau hal terpenting suatu barang dan jasa (Djunaidi & Fauzan, 2013:25).

Deddy Mulyana (2010) dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif menjelaskan bahwa “Tujuan dari penelitian kualitatif adalah agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, misalnya sebelum mereka menyusun kuisisioner, mengambil sampel dan mengkuantifikasikan data yang diperoleh.”

Burhan Bungin (2010) dalam Penelitian Kualitatif menyebutkan “Pendekatan kualitatif memandang bahwa makna adalah bagian yang tak terpisahkan dari pengalaman seseorang dalam kehidupan sosialnya bersama orang lain. Makna bukan sesuatu yang lahir di luar pengalaman objek penelitian atau peneliti, akan tetapi menjadi bagian terbesar dari kehidupan penelitian ataupun objek penelitian.”

2. Penentuan Subjek dan Objek Penelitian

Menjelaskan objek dan informan penelitian kualitatif adalah menjelaskan objek penelitian yang fokus dan lokus penelitian, yaitu apa yang menjadi sasaran (Burhan Bungin, 2010:76).

Subjek penelitian adalah narasumber untuk memperoleh data penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Hukum Islam Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan kategori memiliki akun Instagram, pengguna aktif media sosial Instagram, mengikuti akun Instagram @mimi.peri. Alasan peneliti memilih subjek penelitian mahasiswa Hukum Islam adalah pada program studi ini mahasiswanya mempelajari ilmu tentang manusia yang sesuai dengan syariat Islam lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa pada prodi lain.

Sedangkan objek pada penelitian adalah permasalahan yang akan diteliti atau dipecahkan. Objek pada penelitian ini adalah persepsi mahasiswa pada akun Instagram @mimi.peri.

3. Sumber Data

Sumber data penelitian kualitatif dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan observasi maupun wawancara kepada informan. Sedangkan data sekunder didapatkan dari melihat lingkungan atau informasi lain yang terkait dengan penelitian. Baik data primer dan sekunder didapatkan dengan melakukan pengamatan dan observasi lapangan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan sekunder. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus melakukan wawancara kepada informan. Informan adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian (Burhan Bungin, 2010:76).

Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah mahasiswa Hukum Islam Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan kategori memiliki akun Instagram, mengikuti akun Instagram @mimi.peri, aktif dalam kegiatan kemahasiswaan kampus, sosialita.

Sedangkan data sekunder pada penelitian ini adalah dokumen maupun informasi yang menunjang data primer.

4. Tehnik pengumpulan data

Dalam buku Penelitian Kualitatif (2010), Burhan Bungin menjelaskan “Metode pengumpulan data kualitatif menggunakan metode pengamatan yang umumnya digunakan dari tradisi kualitatif seperti wawancara betatap dan mendalam (*in-depth interview*), observasi partisipasi (*participant observer*), diskusi terfokus atau focus group discscusion (FGD).”

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua cara, yaitu:

a. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan dari informan untuk mendapatkan keterangan yang sesuai dengan

tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dan bertatap muka (Burhan Bungin, 2010:121).

Alasan peneliti menggunakan metode wawancara adalah untuk mengungkapkan apa saja yang tersembunyi maupun tidak tersembunyi dalam diri subjek penelitian. Wawancara yang peneliti lakukan adalah bertatap muka dengan subjek penelitian dan memberikan pertanyaan yang mendetail terkait objek penelitian dan apa saja yang akan menjadi bahan penelitian.

b. Metode Dokumenter

Metode Dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis (Burhan Bungin, 2010:121). Metode dokumenter dilakukan untuk mendukung data penelitian supaya dapat dipertanggung jawabkan.

5. Metode Analisis Data

Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktifitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2008:91).

Dalam buku Memahami Penelitian Kualitatif, Sugiyono (2008) menjelaskan;

a. *Data Reduction (Reduksi Data)*

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b. *Data Display (Penyajian Data)*

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman (1984) menyatakan “*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative tex*”. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ketiga dalam analisis data menurut Miles dan Huberman (1984) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Apabila kesimpulan yang ditemukan sudah mengandung bukti-bukti yang valid dan konsistes saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

6. Unit Analisis

Berdasarkan Objek penelitian dan Teori yang digunakan, maka unit analisis dari penelitian ini adalah hal apa saja yang membuat mahasiswa Hukum Keluarga memberikan persepsi pada akun Instagram waria

@.mimi.peri sebagai produk *new media* dengan kategori tahapan sebagai berikut:

Tabel 1. Unit Analisis

Tahap Sensasi	Pada tahap ini, peneliti menunjukkan sekali lagi akun Instagram @mimi.peri
Tahap Atensi	Pada tahapan ini, peneliti berinteraksi dengan subjek memberikan pertanyaan mendasar tentang seberapa jauh pengetahuan subjek pada akun Instagram @mimi.peri
Tahap Interpretasi	Peneliti menanyakan hal yang lebih dalam kepada subjek mengenai penampakan mimi peri sebagai ikon dalam akun Instagram @mimi.peri

Sumber: olahan peneliti

7. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono. 2008: 119).

Dalam buku Penelitian Kualitatif, Burhan Bungin (2010) menyatakan “Salah satu cara paling penting dan mudah dalam uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan melakukan triangulasi penelitian, metode, teori, dan sumber data.” Dengan mengacu pada Denzin (1978) maka pelaksanaan teknis dari langkah pengujian keabsahan ini akan

memanfaatkan; triangulasi sumber data penelitian melalui wawancara pada narasumber ahli, narasumber subjek penelitian dan landasan teori.

Triangulasi dengan sumber data penelitian dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam bentuk metode kualitatif yang dilakukan dengan (Paton, 1987): (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, (2) membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu, (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan, (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Hasil perbandingan yang diharapkan adalah berupa kesamaan atau alasan-alasan terjadinya perbedaan (Moleong, 2006: 330, Bardiansyah, 2006: 145).

Sedangkan triangulasi dengan teori dilakukan dengan menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembanding. Secara induktif dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian cara lain untuk mengorganisasikan data yang dilakukan dengan jalan memikirkan

kemungkinan logis dengan melihat apakah kemungkinan-kemungkinan ini dapat ditunjang dengan data (Bardiansyah, 2006).



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Persepsi merupakan hasil olahan individu terhadap sesuatu. Semua jenis persepsi tidaklah salah, hanya saja terkadang ada persepsi yang timbul namun tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Karena sejatinya persepsi merupakan sebuah gambaran mengenai objek yang dipikirkan oleh pemberi persepsi.

Mahasiswa Hukum Islam Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang diwakili oleh 5 narasumber, memberikan persepsi yang berbeda mengenai fenomena akun instagram @mimi.peri. Semua narasumber mengatakan bahwa Mimi Peri adalah seorang waria. Berdasarkan penjabaran alasannya, 2 dari 5 narasumber mengatakan bahwa Mimi Peri memang merupakan seorang yang memiliki jiwa waria, sedangkan 3 orang lagi mengatakan bahwa Mimi Peri mengubah dirinya menjadi seorang waria dengan alasan untuk mencari keuntungan dimedia sosial.

Perbedaan persepsi yang muncul ini dapat dijabarkan kembali sesuai dengan proses terbentuknya persepsi yang melalui 3 tahapan yaitu sensasi, atensi dan interpretasi seperti penjabaran berikut:

1. Pada Tahap Sensasi, peneliti mengarahkan narasumber untuk menanggapi sensasi yang timbul pada akun @mimi.peri. Sensasi tersebut antara lain yaitu nama yang berubah menjadi feminim, penggunaan pakaian wanita, *gesture* atau bahasa tubuh yang

gemulai serta *caption*. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, para narasumber berargumen bahwa Mimi Peri memang melakukan praktek penandaan yang menandakan diri seorang waria. Argumen tersebut didukung oleh pernyataan semua narasumber yang menyatakan bahwa Mimi Peri dapat dikategorikan sebagai seorang waria. walaupun begitu, 3 diantara 5 narasumber mengatakan bahwa kewariaan yang muncul diakun @mimi.peri digunakan hanya untuk kepentingan eksistensi diri. karena dimedia sosial, kita dapat menjadi konten kreator untuk media kita sendiri yang nantinya dapat menghasilkan rupiah. Sedangkan narasumber 3 tidak mengatakan hal tersebut namun dia mengatakan bahwa Mimi Peri terkadang berlaku seperti laki-laki pada saat tertentu seperti saat ibadah.

2. Pada tahap atensi, peneliti lebih berfokus alasan yang membuat kelima narasumber tertarik untuk melihat akun instagram @mimi.peri. Dari hasil wawancara, narasumber mengambil kesimpulan bahwa terdapat dua jenis alasan yaitu narasumber yang menganggap bahwa akun instagram @mimi.peri hanyalah akun yang digunakan untuk menghibur sekaligus menjadi akun yang jujur menampilkan jati diri seorang Mimi Peri dan mereka yang menganggap bahwa akun tersebut merupakan akun yang sengaja menghibur untuk menari sensasi dan penghasilan dari hal tersebut.

3. Pada tahap interpretasi, peneliti mulai menarik kesimpulan dari keterikatan antara sensasi dan atensi. Kesimpulan dari tahapan ini adalah akun @mimi.peri berhasil memunculkan praktik penandaan seorang waria kepada narasumber yang memiliki tingkat perhatian tinggi. Bahkan mereka sampai meyakini hal tersebut dan tidak memperdebatkan hal tersebut lebih jauh lagi. Sedangkan terjadi perdebatan antar narasumber. Perbedaan pendapat terletak pada alasan Mimi Peri melakukan hal tersebut di media sosial. Pada tahap interpretasi ini, peneliti juga berfokus pada proses triangulasi yang dilakukan antara narasumber utama dan narasumber ahli. Peneliti kemudian mengaitkan fenomena akun @mimi.peri dengan fakta bahwa di dunia *online* media sosial seseorang dapat memiliki lebih dari satu identitas. Sedangkan identitas itu sendiri tidaklah harus sama dengan identitas pemilik akun secara *offline*. Sehingga fenomena akun @mimi.peri ini dapat dikatakan sebagai produk *new media*.

Objek yang muncul dapat memengaruhi persepsi pada setiap individu. Terbentuknya persepsi tersebut akan berbeda-beda pada setiap individu, bergantung pada informasi yang didapat. Pada narasumber yang semuanya merupakan mahasiswa Hukum Islam Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga saja dapat muncul perbedaan persepsi terhadap akun @mimi.peri.

B. SARAN

Setelah peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa Hukum Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terkait akun @mimi.peri, maka peneliti berupaya untuk memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa

Sebagai seorang mahasiswa yang merupakan seorang pelajar pada tingkatan tertinggi dunia pendidikan, mulai bijaklah dalam memberikan persepsi. Karena apa yang dikatakan mahasiswa sering kali menjadi acuan orang lain dalam menilai sesuatu. Perbanyak penelitian yang berkaitan dengan media sosial. Karena media sosiallah yang saat ini sedang menjadi trend. Tidak banyak penelitian yang mengangkat media sosial sedangkan perkembangan media sosial semakin pesat. Hal ini membuat banyak masyarakat yang buta tentang manfaat media sosial yang sesungguhnya.

2. Bagi masyarakat

Perbedaan persepsi merupakan hal yang wajar. Karena persepsi muncul akibat dari sedikit atau banyaknya informasi yang didapatkan pemberi persepsi. Kita tidak bisa mematok apakah subjek yang mempunyai informasi lebih banyak mengenai objek dapat dikatakan subjektif atau objektif. Karena benar atau salahnya sesuatu tidak dapat dikategorikan secara umum. Sesuatu dapat dikatakan benar hanya karena hal tersebut mematuhi norma yang ada dan sesuai hati nurani manusia. Sedangkan dikatakan salah

apabila melanggar norma dan tidak sesuai dengan hati nurani manusia.

C. KATA PENUTUP

Demikian kesimpulan dan saran yang peneliti paparkan sesuai dengan penelitian yang telah peneliti lakukan. Kesimpulan tersebut berdasarkan hasil olah data dan analisis dalam kaitannya dengan fenomena akun instagram @mimi.peri yang sedang terjadi dimedia sosial saat ini. Adapun saran yang peneliti berikan merupakan masukan dari peneliti untuk beberapa hal yang terkait dan dapat dikembangkan oleh penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Mulyana, Deddy. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif (Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rully. 2012. *Komunikasi Antarbudaya: Di Era Budaya Siberia*. Jakarta: Prenada Media.

Nasrullah, Rully. 2016. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sunarto. 2009. *Televisi, Kekerasan & Perempuan*. Jakarta: Buku Kompas.

Jurnal

Maimunah. 2012. *Fluiditas Antara Maskulinitas Dan Feminitas: Representasi Waria Dalam Film Dokumentasi Dan Fiksi*. Surabaya: Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga.

Watie, Errika Dwi Setya. 2016. *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)*. Semarang: Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang.

Skripsi

Arif, Saiful. 2015. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Reality Show Mistik (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Tayangan "Duna Dunia" Di Trans 7 Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Innes, Dian Anjaskara. 2016. *Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram. (Studi Kasus Pada Konsumen Terhadap Minat Beli Melalui Situs Instagram)*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kartini, Maria Sara. 2015. *Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Terhadap Manfaat Instagram Sebagai Media Online Shop*. Jember: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Internet

http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/71436/MARIA%20KARTINI%20SARA%20-%20110810201052_Part1%20sudah.pdf?sequence=1
(diambil 5/4/2017 jam 1.02 am)

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/6889/SKRIPSI%20DIANNES%20ANJASKARA.pdf?sequence=1> (diambil 5/4/2017 jam 1.11 am)

<http://eprints.uny.ac.id/9686/3/bab%202.pdf> (diambil 5/4/2017 jam 1.29 am)

<http://tekno.kompas.com/read/2016/12/16/09060027/pengguna.instagram.tembus.600.juta> diambil 6/8/2017 pukul 1.51 PM

<http://www.trigonalmedia.com/2015/08/pengertian-media-sosial-menurut-para.html> diambil 6/8/17 jam 1.23 PM

<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> diambil 6/8/2017 pukul 1.54 PM

<https://www.brilio.net/selebritis/mimi-peri-diangkat-jadi-duta-kamtibmas-konawe-selatan-170513h.html> diambil 12/6/2017 pukul 12.09 PM

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses 5/9/2017 jam 1.10 PM

<http://photos1.blogger.com/blogger/1235/4129/320/Traingle.jpg> diakses 9/27/2017 jam 3.41 PM

<http://www.dontsad.com/2017/08/profil-terlengkap-mimi-peri-nama-asli.html> diakses 12/10/2017 pukul 1.24 PM

<http://showbiz.liputan6.com/read/3128969/mimi-peri-selebgram-yang-pernah-jadi-kuli-bangunan> diakses 19/10/2017 pukul 1.10 PM

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diambil 6/12/2017 pukul 2.18 AM

<http://www.jatengpos.com/2017/08/video-viral-eta-terangkanlah-hingga-mimi-peri-bikin-deddy-corbuzier-bingung-841502> diambil 31/05/2018 pukul 00.08

sumber <https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram> diambil 4/6/2018 pukul 1:17 AM)

<https://www.instagram.com/mimi.peri/?hl=id> diakses 12/10/2017 pukul 1.36 PM

<https://www.instagram.com/p/BaSjcfohJBm/?hl=id&taken-by=mimi.peri> diakses 19/10/2017 pukul 1.33 PM

<https://www.instagram.com/p/BjeOrWPBd2H/?hl=id&taken-by=mimi.peri> diambil 4/6/2018 pukul 1:41 AM