

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persepsi merupakan suatu proses kognitif yang kompleks, di mana individu mengorganisasi, menginterpretasi, dan memberikan makna terhadap stimulus yang diterima melalui pancaindra. Dalam konteks ilmu komunikasi, persepsi dipahami sebagai proses psikologis dan sosial yang melibatkan penafsiran terhadap pesan yang diterima oleh individu dalam interaksi komunikasi. Persepsi berperan penting dalam menentukan bagaimana suatu pesan dikodekan, dikirim, diterima, dan diinterpretasikan oleh komunikan. Proses ini tidak bersifat objektif, melainkan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor subjektif seperti latar belakang budaya, pengalaman personal, nilai-nilai, sikap, serta kondisi emosional seseorang.

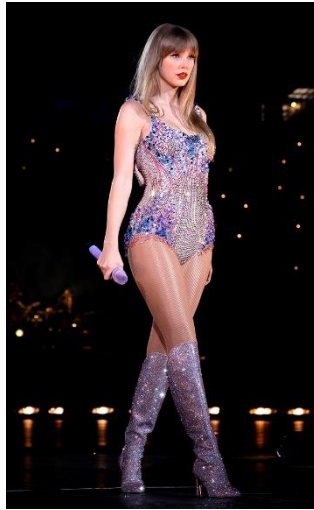
Dalam komunikasi interpersonal maupun massal, persepsi memengaruhi efektivitas penyampaian pesan karena setiap individu dapat memiliki pemaknaan yang berbeda terhadap pesan yang sama. Oleh karena itu, pemahaman terhadap persepsi menjadi krusial dalam analisis komunikasi, sebab kesalahpahaman, distorsi makna, maupun konflik sering kali berakar pada perbedaan persepsi antar pelaku komunikasi. Dengan demikian, persepsi menjadi elemen fundamental dalam studi komunikasi yang berimplikasi langsung terhadap dinamika interaksi sosial dan keberhasilan penyampaian pesan.

Taylor Swift merupakan salah satu figur publik dan artis global yang memiliki pengaruh besar, tidak hanya di industri musik, tetapi juga dalam ranah sosial dan budaya populer. Lahir pada 13 Desember 1989 di Reading, Pennsylvania, Amerika Serikat, Swift memulai kariernya sebagai penyanyi country dan kemudian berevolusi menjadi artis pop yang dikenal secara internasional.

Dengan berbagai penghargaan musik bergengsi, termasuk Grammy Awards, Billboard Music Awards, dan American Music Awards, ia telah membuktikan dirinya sebagai sosok yang bukan hanya sukses secara komersial, tetapi juga memiliki kredibilitas artistik.

Taylor Swift merupakan salah satu figur paling berpengaruh dalam industri musik global, tidak hanya karena prestasi artistiknya, tetapi juga karena dampak ekonominya yang signifikan. Menurut laporan *IFPI Global Music Report 2023*, Taylor Swift menempati posisi pertama sebagai artis dengan penjualan global tertinggi, mengungguli musisi dari berbagai genre dan negara. Keberhasilannya tidak hanya terlihat dari angka penjualan album dan streaming, tetapi juga dari kontribusi terhadap pertumbuhan industri musik secara keseluruhan.

Album-albumnya seperti *1989 (Taylor's Version)* dan *Midnights* mencatatkan rekor penjualan jutaan kopi dalam hitungan minggu, dan secara konsisten menempati puncak tangga lagu global. Tur konser *The Eras Tour* pada tahun 2023 bahkan disebut sebagai salah satu tur paling sukses sepanjang masa, dengan estimasi pendapatan melebihi 1 miliar dolar AS, menjadikannya sebagai tur dengan pendapatan tertinggi oleh artis solo perempuan dalam sejarah menurut *Pollstar*.



Gambar 1. Taylor Swift di di Lucas Oil Stadium dalam rangkaian The Eras Tour
Sumber: Getty Images

Tidak hanya dalam aspek ekonomi, pengaruh Taylor Swift juga tampak dalam dinamika sosial budaya. Peneliti seperti Dr. Kristin Lieb dari Emerson College mengemukakan bahwa Taylor Swift telah merevolusi hubungan antara artis dan penggemar dengan membentuk komunitas emosional yang erat melalui narasi personal dan interaksi digital yang intens. Hal ini memperkuat posisi Swift sebagai simbol budaya pop global yang tidak hanya menciptakan tren, tetapi juga membentuk wacana sosial, termasuk isu-isu kesetaraan gender, kepemilikan karya, hingga otonomi kreatif artis.

Pendekatan independent Taylor Swift dalam merekam ulang katalog lamanya (melalui proyek "Taylor's Version") telah memicu diskursus luas tentang hak kekayaan intelektual di industri musik. Dengan pengaruh lintas sektor tersebut, Taylor Swift bukan hanya ikon hiburan, melainkan juga agen perubahan dalam industri global yang kompleks dan terus berkembang.



Gambar 2. Taylor Swift di Grammy Awards 2025
Sumber: People Magazine (people.com)

Pengaruh Taylor Swift tidak terbatas pada karya musik semata. Ia juga dikenal sebagai tokoh publik yang aktif menyuarakan isu-isu sosial, seperti pemberdayaan perempuan, independensi individu, hak asasi manusia, dan pentingnya berbicara tentang kesehatan mental. Melalui pesan-pesan sosial yang ia sampaikan dalam berbagai kesempatan publik, termasuk dalam pidato penerimaan penghargaan. Yang menarik untuk ditelaah bukan hanya isi pidato tersebut, tetapi bagaimana pidato tersebut membentuk persepsi khalayak, membangun keterikatan emosional, dan bahkan mempengaruhi sikap serta pemikiran pendengarnya. Dalam berbagai kesempatan, baik melalui media sosial, lirik lagu, maupun pidato-pidato publiknya, Swift menampilkan citra sebagai sosok yang berani, mandiri, dan inspiratif.

Salah satu citra diri tersebut terlihat pada momen penting yang memperlihatkan kemampuan komunikasi publik Taylor Swift secara nyata melalui pidatonya dalam acara *Commencement* atau wisuda musim semi di New York University (NYU) pada tahun 2022. Dalam pidato tersebut, Swift tidak hanya menyampaikan pesan inspiratif kepada para lulusan, tetapi juga menggambarkan perjalanan hidup dan kariernya sebagai bentuk narasi personal yang sarat akan nilai-nilai kemandirian (*self-reliance*), keberanian, dan keautentikan diri.

Dalam pidatonya, Taylor Swift tidak hanya berbagi pengalaman pribadi, tetapi juga menyisipkan pesan-pesan yang mendorong keberanian, keteguhan hati, dan kemampuan untuk berdiri sendiri dalam menghadapi tantangan hidup. Pidato tersebut tidak hanya ditangkap sebagai pesan motivasional, tetapi juga menjadi simbol komunikasi yang mencerminkan nilai-nilai sosial yang bisa diinternalisasi oleh para penggemarnya. Melalui penggunaan gaya bahasa, narasi personal, humor, serta empati, Taylor Swift berhasil mengomunikasikan pesan yang menyentuh dan bermakna secara luas, khususnya bagi generasi muda yang sedang mencari jati diri dan arah dalam hidup.



Gambar 3. Taylor Swift di New York University Spring Graduation 2022
Sumber: Getty Images

Dalam konteks ini, pidato Taylor Swift pada acara kelulusan *Spring Graduation* New York University tahun 2022 menjadi objek yang menarik untuk dikaji, terutama dalam kaitannya dengan pembentukan nilai *self-reliance* atau kemandirian individu terhadap *Swifties*. Taylor Swift, sebagai figur publik yang telah melewati berbagai tantangan dalam dunia industri hiburan dan memiliki basis penggemar yang besar dan loyal yang dikenal sebagai *Swifties*.

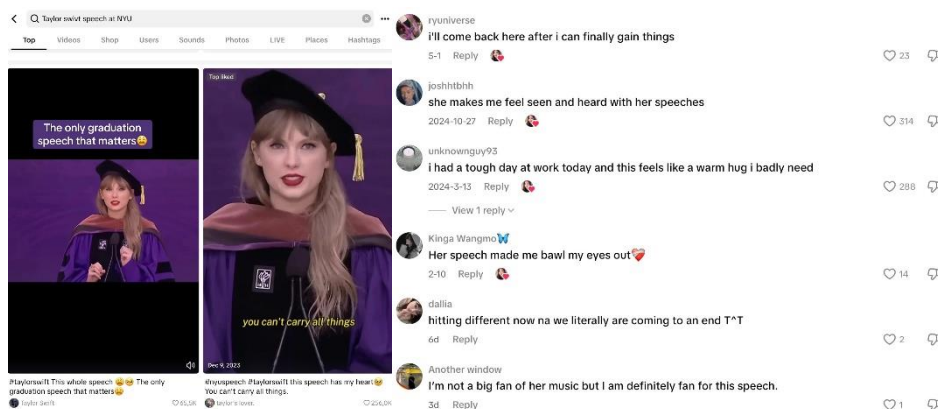
Swifties merupakan sebutan bagi komunitas penggemar penyanyi dan penulis lagu asal Amerika Serikat, Taylor Swift. Istilah ini tidak hanya menggambarkan sekelompok penggemar biasa, tetapi juga mencerminkan identitas kolektif yang terbentuk melalui keterikatan emosional terhadap karya, persona, serta perjalanan karier Taylor Swift. Dalam kajian budaya populer dan komunikasi massa, *Swifties* dapat dilihat sebagai fenomena fandom yang unik, di mana para anggotanya menunjukkan tingkat loyalitas, partisipasi, dan interaksi yang tinggi baik di ranah digital maupun dalam dunia nyata. Komunitas ini berperan aktif dalam mendukung karya-karya Swift melalui berbagai bentuk ekspresi seperti media sosial, fan art, analisis lirik, hingga keterlibatan dalam kampanye promosi album. *Swifties* juga sering kali menjadi subjek kajian akademik dalam konteks studi media, komunikasi digital, dan budaya konsumen, karena menunjukkan bagaimana selebritas, identitas personal, dan media sosial berinteraksi dalam membentuk dinamika komunikasi antara artis dan penggemarnya.

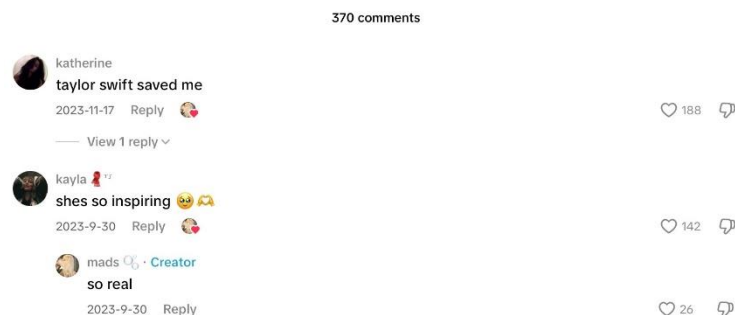


Gambar 4. Swifties di Konser The Eras Tour
Sumber: Getty Images

Dengan mempertimbangkan pengaruh Taylor Swift sebagai selebritas yang juga berperan sebagai komunikator publik, maka persepsi Swifties terhadap pidato ini menjadi bagian penting dalam memahami bagaimana pesan publik dapat memengaruhi cara pandang seseorang terhadap dirinya dan lingkungannya. Para Swifties, yang terlibat secara emosional dengan sosok Taylor Swift, kemungkinan besar menanggapi pidato tersebut bukan sekadar sebagai pernyataan seorang artis, tetapi sebagai refleksi nilai yang selaras dengan pengalaman hidup mereka.

Berdasarkan survei Edelman Trust Barometer 2022, sebanyak 61% masyarakat global, termasuk di Indonesia, lebih mempercayai tokoh-tokoh publik sebagai sumber informasi terpercaya dibandingkan institusi formal. Hal ini memperkuat argumen bahwa komunikasi dari tokoh seperti Taylor Swift memiliki potensi besar untuk mempengaruhi audiens secara luas.





Gambar 5. Pidato Taylor Swift Yang Tersebar di Platform Tiktok
Sumber: Tiktok

Kajian tentang pidato ini menjadi relevan mengingat pentingnya komunikasi publik dalam membangun *self-reliance* atau kemandirian individu di tengah tantangan sosial dan tekanan lingkungan. *Self-reliance*, yang merujuk pada kepercayaan individu terhadap kemampuan diri dalam mengatasi tantangan, merupakan aspek penting dalam pengembangan diri yang memungkinkan seseorang untuk tumbuh dengan keyakinan dan otonomi.

Kemampuan seorang komunikator publik seperti Taylor Swift dalam menyampaikan pesan yang mendukung kemandirian ini menjadi topik yang layak dikaji secara mendalam. Yang menarik untuk ditelaah adalah tentang bagaimana pidato tersebut membentuk persepsi Swifties, membangun keterikatan emosional, dan bahkan memengaruhi sikap serta pemikiran Swifties.

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana pidato Swift di acara *Spring Graduation* Universitas New York menciptakan dampak psikologis dan motivasional terhadap Swifties, khususnya dalam membentuk *self-reliance* mereka. Dengan mengamati persepsi Swifties terhadap pidato Taylor Swift, studi ini diharapkan mampu menjawab bagaimana bentuk komunikasi yang bersifat personal sekaligus publik dapat membentuk narasi kolektif yang lebih luas.

Penelitian ini pun menjadi selaras dengan survei dari Pew Research Center, generasi muda (usia 18-29 tahun) cenderung lebih terpengaruh oleh tokoh publik yang mereka anggap relevan dan menginspirasi. Sebanyak 58% responden dalam kelompok ini mengaku keputusan mereka, termasuk mengenai pendidikan dan karier, dipengaruhi oleh tokoh publik yang mereka kagumi.

Penelitian terdahulu memberikan konteks dan landasan teori, serta menjadi inspirasi terhadap penelitian ini. Penelitian terdahulu yang hampir serupa adalah dari Deni Suswanto Marwah (2023) berjudul, *"Self-Reliance Characteristic in Taylor Swift's Songs: A Study on Lyrics and Messages"* memberikan pemahaman terkait Karakteristik *Self-Reliance* Yang terselip dalam pesan makna pada lagu Taylor Swift yang berjudul *"ME!"*, *"You Need To Calm Down"*, dan *"The Man"* dari album *Lover*.

Walaupun terdapat kesamaan subjek mengenai *Self-Reliance*, yang menjadi pembeda antara penelitian yang diteliti oleh penulis dengan penelitian terdahulu

adalah penulis memfokuskan penelitian ini pada aspek komunikasi publik terhadap karakteristik *self-reliance*.

Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa lagu-lagu tersebut menyampaikan pesan tersirat yang mendorong kultivasi kemandirian diantara para penggemarnya. Melalui lagu-lagunya Taylor Swift mendorong pendengarnya untuk merangkul individualitas mereka dan percaya pada diri mereka sendiri. Selain itu, musiknya yang berkembang pada budaya modern juga sekaligus mempromosikan nilai-nilai seperti kemandirian dan individualisme di era modern.

Beberapa penelitian lain sebelumnya juga telah mengkaji pengaruh pidato publik oleh selebritas terhadap audiens. Misalnya, penelitian oleh Weimann dan Brosius (2018) menunjukkan bahwa "pidato oleh tokoh terkenal dapat menciptakan efek emosional yang kuat dan mempengaruhi sikap serta perilaku audiens."

Penelitian lain oleh McAllister (2019) menyatakan bahwa "pemimpin publik yang mampu menyampaikan pesan inspiratif memiliki potensi yang lebih besar untuk memotivasi audiens menuju perubahan positif".

Studi oleh Brown (2017) juga menegaskan bahwa figur publik seperti selebriti memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi audiens, terutama jika mereka berbicara tentang isu-isu yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens mereka.

Selain itu, terdapat penelitian oleh Hlavach dan Freivogel (2011) tentang pidato tokoh politik yang juga menunjukkan bahwa pidato figur publik dapat berdampak signifikan pada audiens, terutama dalam hal motivasi dan kemandirian. Hasil penelitian tersebut memberikan wawasan bahwa pesan yang disampaikan melalui pidato dapat membentuk pandangan audiens terhadap isu-isu tertentu, termasuk kemandirian diri.

Pada penelitian ini, pidato Taylor Swift akan dianalisis dengan pendekatan teoritis dari model komunikasi interaktif dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai peran pidato publik dalam mempengaruhi audiens dan membentuk persepsi kemandirian.

Dalam konteks akademik, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi *Swiftie* terhadap pidato Taylor Swift membentuk *Self-Reliance*. Penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis untuk memahami bagaimana pola komunikasi publik dapat digunakan secara efektif oleh tokoh publik untuk menciptakan dampak yang luas dan positif di masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini akan berfokus pada beberapa rumusan masalah berikut:

1. Bagaimana persepsi *Swiftie* pada pidato Taylor Swift di New York University Spring Graduation 2022 terhadap pembentukan *self-reliance*?
2. Apa saja faktor-faktor yang menentukan persepsi *Swiftie* pada pidato Taylor Swift dalam memotivasi dan menginspirasi pembentukan *Sel-Reliance*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi Swifie pada pidato Taylor Swift di New York University Spring Graduation 2022 terhadap pembentukan *self-reliance*.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan persepsi *Swiftie* pada pidato Taylor Swift dalam memotivasi dan menginspirasi pembentukan *self-reliance*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi dampak baik dalam teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara akademis, yakni menambah wawasan dan pengetahuan terkait Ilmu Komunikasi, terutama yang berhubungan tentang bagaimana pola komunikasi dapat membentuk persepsi individu terhadap *self-reliance*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, manfaat, dan wawasan bagi untuk khalayak luas terkait bagaimana komunikasi mempengaruhi persepsi individu terkait pembentukan *self-reliance*.

1.5. Kerangka Konseptual

1.5.1. Persepsi

Persepsi merupakan salah satu konsep fundamental dalam ilmu komunikasi yang merujuk pada proses internal yang memungkinkan individu menginterpretasikan dan memberikan makna terhadap stimulus yang mereka terima dari lingkungan sekitar.

Dalam konteks ilmu komunikasi, persepsi dipahami sebagai proses kognitif yang krusial dalam membentuk makna atas pesan-pesan komunikasi yang diterima individu. Persepsi tidak hanya mencakup pengamatan terhadap stimulus fisik, tetapi juga melibatkan proses interpretasi terhadap pesan-pesan yang bersifat simbolik, baik yang disampaikan secara verbal maupun nonverbal.

Dalam kajian komunikasi interpersonal maupun komunikasi massa, persepsi menjadi dasar dari bagaimana individu menafsirkan informasi, merespons interaksi sosial, serta membentuk sikap dan opini terhadap suatu isu, tokoh, atau fenomena. Proses persepsi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang budaya, pengalaman pribadi, nilai-nilai, emosi, hingga ekspektasi yang sudah dimiliki oleh penerima pesan.

DeVito (2011) memperkuat hal ini dengan menyatakan bahwa persepsi dalam komunikasi adalah proses internal yang digunakan individu untuk menginterpretasikan dan memahami lingkungan komunikatifnya. Proses ini terdiri atas tiga tahap utama, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Seleksi terjadi ketika individu secara sadar maupun tidak sadar memilih informasi tertentu dari lingkungan

berdasarkan relevansi atau daya tariknya. Tahap organisasi melibatkan pengelompokan informasi tersebut ke dalam pola atau struktur yang sudah dikenal, sementara interpretasi merupakan proses pemberian makna berdasarkan pengalaman, budaya, serta harapan pribadi. Dengan demikian, komunikasi tidak pernah sepenuhnya objektif, karena pesan yang sama dapat menghasilkan interpretasi yang berbeda tergantung pada persepsi masing-masing individu.

Dalam ilmu komunikasi, persepsi juga memiliki peran penting dalam membentuk citra dan hubungan antarindividu atau antarentitas. Misalnya, dalam komunikasi massa, bagaimana khalayak mempersepsikan tokoh publik atau isi media sangat menentukan efek yang ditimbulkan dari komunikasi tersebut. Persepsi audiens terhadap kredibilitas komunikator, kesesuaian pesan dengan nilai-nilai personal, serta konteks penyampaian pesan akan sangat memengaruhi tingkat penerimaan dan dampak dari komunikasi tersebut. Oleh karena itu, pemahaman tentang persepsi menjadi landasan penting dalam merancang pesan-pesan komunikasi yang efektif, baik dalam ranah interpersonal, organisasi, maupun media.

Keseluruhan pemahaman ini menunjukkan bahwa persepsi dalam ilmu komunikasi adalah proses aktif dan subjektif yang sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan psikologis penerima pesan. Proses ini menjadi penghubung utama antara realitas simbolik yang dikonstruksi melalui komunikasi dan makna personal yang dibentuk oleh individu. Maka dari itu, penelitian yang berangkat dari kajian persepsi dapat mengungkap tidak hanya bagaimana pesan diterima, tetapi juga bagaimana pesan tersebut membentuk pemahaman, sikap, dan tindakan komunikatif seseorang dalam berbagai konteks.

1.5.2. Pidato

Dalam studi komunikasi, pidato dipahami sebagai bentuk komunikasi publik yang memiliki kapasitas besar untuk membingkai realitas sosial dan membentuk persepsi audiens terhadap isu atau nilai tertentu. Sebagai praktik komunikasi lisan yang disampaikan oleh seorang komunikator kepada khalayak luas, pidato tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan performatif.

Dalam perspektif teori framing yang dikemukakan oleh Robert Entman (1993), pidato dapat dilihat sebagai alat untuk memilih, menonjolkan, dan mengorganisasi informasi tertentu guna membentuk cara pandang audiens terhadap suatu realitas.

Dengan memilih narasi tertentu dan mengeksklusikan yang lain, komunikator dalam pidato menciptakan bingkai (frame) yang memungkinkan audiens untuk memahami isu dengan cara yang diarahkan secara strategis. Misalnya, seorang figur publik seperti Taylor Swift dapat membingkai pengalaman pribadinya sebagai simbol perjuangan dan kemandirian, sehingga membentuk pemahaman audiens terhadap nilai *self-reliance* melalui pilihan kata, nada bicara, dan struktur retorik yang digunakan.

Teori interaksi simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead memperkuat pemahaman bahwa pidato bukan hanya sekadar penyampaian pesan, melainkan juga sarana pertukaran simbol yang membentuk makna sosial.

Dalam teori ini, pidato menjadi medan interpretatif, di mana simbol-simbol verbal yang disampaikan komunikator (seperti kata-kata, metafora, dan cerita pribadi) dimaknai oleh audiens berdasarkan pengalaman sosial mereka sendiri. Proses ini tidak bersifat pasif, melainkan aktif dan subjektif, karena tiap individu akan menafsirkan isi pidato berdasarkan interaksi simbolik yang telah mereka alami sebelumnya dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, dampak dari pidato sangat tergantung pada latar belakang sosial, identitas, serta afiliasi emosional audiens terhadap komunikator.

Dalam kasus Swifties yang mendengarkan pidato Taylor Swift, respons mereka terhadap pesan-pesan kemandirian yang disampaikan akan sangat dipengaruhi oleh makna simbolik yang telah terbangun antara mereka dan figur Swift itu sendiri.

Dengan menggabungkan teori framing dan interaksi simbolik, pidato dapat dikaji secara komprehensif sebagai praktik komunikasi yang membentuk realitas sekaligus menjadi arena pertukaran makna yang kompleks. Pidato bukan hanya soal apa yang dikatakan, tetapi bagaimana pesan dibingkai dan bagaimana audiens mengartikulasikannya dalam kesadaran sosial mereka.

Hal ini menjadikan pidato sebagai objek penting dalam studi komunikasi, terutama dalam memahami pengaruh figur publik terhadap pembentukan nilai-nilai personal dan sosial audiens.

1.5.3. Media Digital

Media digital merujuk pada saluran komunikasi yang menggunakan teknologi digital sebagai basis distribusinya. Dalam perkembangan era informasi, media digital telah menggantikan banyak peran media konvensional dengan menyediakan akses cepat, interaktif, dan luas kepada informasi.

Media digital mencakup berbagai platform seperti media sosial, situs web, blog, podcast, dan kanal video seperti YouTube. Karakteristik utama media digital adalah kemampuannya untuk bersifat dua arah, memungkinkan partisipasi aktif audiens dalam memproduksi, membagikan, dan menanggapi konten.

Menurut Lister et al. (2009), media digital memiliki lima karakteristik utama: digitalitas, interaktivitas, hypertextuality, virtualitas, dan jaringan (networking). Digitalitas merujuk pada konversi data ke bentuk digital yang dapat dengan mudah dimodifikasi dan disebar.

Interaktivitas memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam komunikasi dua arah. Hypertextuality merujuk pada struktur non-linier dari media digital, di mana pengguna bisa menavigasi informasi berdasarkan link. Sementara virtualitas menandai representasi realitas dalam bentuk digital, dan jaringan mengacu pada koneksi antar pengguna secara global.

Dalam konteks komunikasi publik, media digital berperan sebagai medium penyebaran pesan yang tidak lagi terbatas pada institusi formal, tetapi dapat dilakukan oleh individu dengan akses internet. Tokoh publik seperti Taylor Swift memanfaatkan media digital, terutama platform seperti YouTube dan Instagram, untuk menyampaikan pesan yang memiliki jangkauan global.

Media digital memungkinkan sebuah pidato, yang semula berlangsung di satu tempat dan waktu tertentu, untuk menjadi arsip digital yang bisa ditonton ulang, dianalisis, dan dikomentari, sehingga memperluas pengaruh komunikasi publik tersebut.

Media digital juga membentuk ruang diskursif baru, di mana nilai-nilai dan ide-ide seperti self-reliance (kemandirian diri) dapat disebar dan diperkuat melalui narasi personal. Henry Jenkins (2006) dalam teorinya mengenai "convergence culture" menyatakan bahwa media digital menciptakan ekosistem baru di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen narasi yang memengaruhi persepsi kolektif.

1.5.4. Teori Framing

Teori framing merupakan teori penting dalam kajian ilmu komunikasi yang membahas bagaimana media atau komunikator memilih, menonjolkan, dan membingkai realitas tertentu dalam menyampaikan informasi kepada audiens. Dalam konteks komunikasi massa, teori ini menjelaskan bahwa media tidak hanya berfungsi menyampaikan fakta secara objektif, melainkan turut serta dalam membentuk cara pandang dan interpretasi publik terhadap suatu isu, peristiwa, atau tokoh.

Framing berperan dalam proses konstruksi realitas sosial melalui bahasa, simbol, dan struktur narasi yang digunakan dalam pesan komunikasi. Framing mengandung unsur kekuasaan dalam membentuk makna, karena dengan memilih aspek tertentu dari sebuah realitas dan mengabaikan aspek lainnya, komunikator—terutama media—dapat memengaruhi opini dan persepsi khalayak.

Robert Entman (1993), salah satu tokoh sentral dalam pengembangan teori framing, mendefinisikan framing sebagai proses seleksi aspek-aspek tertentu dari suatu realitas dan menonjolkannya dalam pesan komunikasi untuk memperkuat definisi masalah, penafsiran kausal, evaluasi moral, dan rekomendasi penyelesaian.

Dengan demikian, framing bukan sekadar penyampaian informasi, tetapi juga mencerminkan posisi ideologis atau sudut pandang komunikator terhadap isu yang dibahas. Dalam praktiknya, framing dapat diwujudkan melalui pemilihan kata, sudut pengambilan gambar, kutipan narasumber, hingga struktur berita atau narasi. Semua elemen ini berperan dalam membentuk bagaimana audiens memahami dan menilai isu yang disampaikan.

Dalam konteks ilmu komunikasi, teori framing berkembang dari teori agenda-setting, namun dengan fokus yang lebih dalam pada bagaimana isi pesan dikonstruksi, bukan hanya isu apa yang diberi perhatian. Framing menjelaskan bagaimana media memberi tahu "bagaimana memikirkan isu tersebut". Framing memiliki efek yang kuat karena bekerja pada level kognitif dan afektif, membentuk persepsi khalayak terhadap makna suatu realitas sosial secara halus namun signifikan. Oleh karena itu, framing sangat relevan untuk memahami dinamika komunikasi politik, pemberitaan media, hingga pesan-pesan simbolik dalam budaya populer.

Gaye Tuchman (1978), dalam kajiannya mengenai "media sebagai pembingkai realitas", juga menyatakan bahwa media tidak pernah menyampaikan realitas secara

netral, tetapi membingkainya melalui rutinitas kerja, nilai-nilai berita, dan norma institusional. Framing membentuk cara orang melihat dunia bukan karena fakta diubah, melainkan karena fakta disusun sedemikian rupa sehingga menghasilkan makna tertentu.

Teori framing digunakan untuk menelaah bagaimana sebuah pesan, termasuk pidato tokoh publik, dapat membentuk opini dan bahkan sikap kolektif audiensnya. Dalam konteks selebritas seperti Taylor Swift, cara membingkai pesan dalam pidatonya, baik secara verbal maupun naratif, dapat memberikan dampak psikologis dan simbolik yang kuat terhadap para penggemarnya, terutama dalam pembentukan nilai-nilai seperti self-reliance.

Teori framing dalam ilmu komunikasi menunjukkan bahwa setiap pesan yang disampaikan bukanlah pantulan langsung dari realitas objektif, melainkan hasil konstruksi yang dipengaruhi oleh pilihan-pilihan komunikator. Framing memungkinkan pesan menjadi alat yang kuat dalam memengaruhi kesadaran, persepsi, dan bahkan identitas sosial khalayak. Maka dari itu, dalam penelitian komunikasi, analisis framing menjadi pendekatan yang efektif untuk mengungkap bagaimana makna dibentuk, dibingkai, dan dipersepsikan oleh publik dalam berbagai konteks sosial dan budaya.

1.5.5. Teori Interaksi Simbolik Mead

Teori interaksi simbolik merupakan salah satu teori mikro dalam ilmu komunikasi yang menjelaskan bagaimana individu membentuk makna melalui proses interaksi sosial yang didasarkan pada penggunaan simbol-simbol. Teori ini pertama kali dikembangkan oleh George Herbert Mead dan kemudian disistematisasi oleh muridnya, Herbert Blumer.

Dalam konteks komunikasi, teori ini memandang bahwa makna bukanlah sesuatu yang melekat secara alamiah pada objek atau tindakan, melainkan terbentuk dan dinegosiasikan melalui proses interaksi antarmanusia. Proses ini berlangsung melalui pertukaran simbol, terutama Bahasa yang memungkinkan individu memahami diri sendiri dan orang lain dalam kehidupan sosial.

George Herbert Mead (1934) mengemukakan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang berinteraksi berdasarkan pemahaman terhadap simbol-simbol yang memiliki makna tertentu. Menurutnya, kesadaran diri tidak muncul secara instan, melainkan berkembang melalui proses sosial, terutama melalui kemampuan individu untuk melihat dirinya sendiri dari perspektif orang lain. Konsep ini dikenal sebagai "taking the role of the other", yakni kemampuan untuk menempatkan diri dalam posisi orang lain dalam proses komunikasi.

Dalam pandangan Mead, simbol-simbol seperti kata-kata, isyarat, dan tindakan memiliki makna karena disepakati secara sosial dalam suatu konteks budaya tertentu. Artinya, makna bukan ditentukan secara individual, tetapi merupakan hasil dari interaksi sosial yang terus-menerus.

Dalam ilmu komunikasi, teori interaksi simbolik menekankan pentingnya konteks sosial dan pengalaman subjektif dalam memahami komunikasi antarmanusia. Herbert Blumer (1969), yang memperkenalkan istilah "symbolic

interactionism", merumuskan tiga premis utama dari teori ini: bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu itu bagi mereka; makna tersebut berasal dari interaksi sosial; dan makna itu diinterpretasikan dan dimodifikasi melalui proses interpretatif yang dilakukan individu. Ketiga premis tersebut menekankan bahwa komunikasi tidak hanya bersifat mekanis, melainkan merupakan aktivitas simbolik yang dinamis, di mana individu berperan aktif dalam membentuk makna dan identitas diri melalui proses interaksi.

Dalam praktiknya, teori interaksi simbolik sangat berguna untuk memahami dinamika komunikasi dalam komunitas atau kelompok sosial, terutama dalam pembentukan identitas, persepsi, dan nilai-nilai bersama. Ketika individu berinteraksi secara terus-menerus dalam suatu kelompok seperti komunitas penggemar atau fanbase mereka mengembangkan simbol-simbol, bahasa, dan makna yang khas sebagai bagian dari identitas kolektif mereka. Komunikasi dalam kelompok tersebut menjadi arena di mana makna diri (self) dibentuk, dikukuhkan, atau bahkan dipertanyakan. Oleh karena itu, komunikasi bukan hanya sekadar alat untuk menyampaikan pesan, tetapi merupakan fondasi bagi terbentuknya struktur sosial dan makna individual.

Dalam konteks selebritas dan penggemarnya, teori ini menjelaskan bagaimana seorang tokoh publik seperti Taylor Swift dapat menjadi simbol penting dalam proses identitas sosial penggemarnya. Swifties, sebagai komunitas penggemar, tidak hanya mengagumi Taylor Swift sebagai artis, tetapi juga menjadikan narasi, lirik lagu, dan pidato-pidatonya sebagai simbol yang bermakna dalam kehidupan pribadi mereka. Melalui interaksi dengan sesama penggemar dan penafsiran terhadap simbol-simbol tersebut, Swifties membentuk pemaknaan kolektif yang memperkuat identitas diri dan nilai-nilai seperti self-reliance atau keberanian menjadi diri sendiri. Proses ini memperlihatkan bagaimana komunikasi simbolik menjadi medium penting dalam pembentukan makna sosial dan personal.

Dengan demikian, teori interaksi simbolik menawarkan kerangka berpikir yang mendalam untuk memahami komunikasi sebagai proses sosial yang membentuk realitas, identitas, dan relasi sosial. Dalam perspektif ini, individu tidak hanya menjadi objek dari pengaruh sosial, tetapi juga menjadi subjek aktif yang secara terus-menerus membentuk dan menegosiasikan makna dalam kehidupan sehari-hari melalui simbol-simbol yang mereka gunakan dalam berkomunikasi.

1.5.6. Self-Reliance

Self-reliance, atau kemandirian diri, merujuk pada kemampuan individu untuk berpikir, bertindak, dan mengambil keputusan berdasarkan keyakinan serta nilai-nilainya sendiri tanpa bergantung secara berlebihan pada otoritas eksternal.

Emerson menyatakan bahwa "trust thyself: every heart vibrates to that iron string," menekankan pentingnya kepercayaan diri dan otonomi sebagai dasar pembentukan identitas yang autentik.

Dalam konteks kontemporer, self-reliance dapat diartikan sebagai bentuk aktualisasi diri (self-actualization), yang merupakan tingkat tertinggi dalam hierarki

kebutuhan Maslow, di mana individu memiliki kesadaran diri yang tinggi dan mampu mengaktualisasikan potensi dirinya secara mandiri.

Dari perspektif psikologi perkembangan, *self-reliance* berkembang seiring proses sosialisasi dan pembelajaran, di mana individu belajar untuk bertanggung jawab atas pilihannya dan menunjukkan resiliensi dalam menghadapi tantangan.

Aspek penting dari *self-reliance* mencakup:

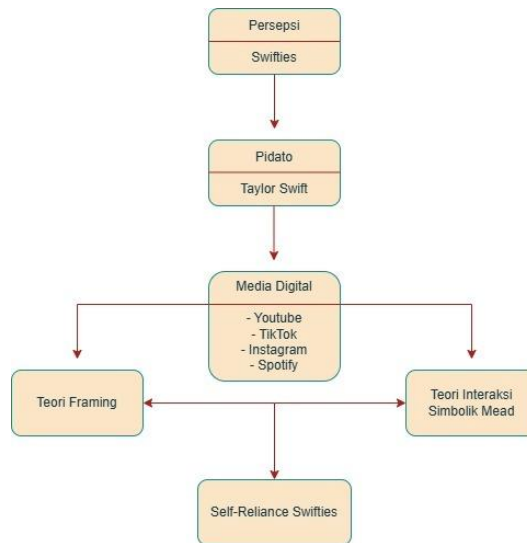
- a. *Self-confidence*: keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri.
- b. *Self-determination*: kemampuan untuk menetapkan dan mengejar tujuan sendiri.
- c. *Autonomy*: kebebasan untuk bertindak berdasarkan penilaian pribadi.
- d. *Resilience*: kemampuan untuk bangkit dari kegagalan atau kesulitan hidup.

Dalam komunikasi publik, konsep *self-reliance* sering kali digunakan oleh tokoh-tokoh inspiratif sebagai tema utama untuk membangun semangat kemandirian pada audiensnya. Pidato-pidato motivasional yang mengangkat pengalaman pribadi, perjuangan, dan keberhasilan biasanya bertujuan untuk mendorong pendengarnya agar mampu berdiri tegak secara mandiri. Dalam konteks ini, komunikasi publik berfungsi bukan hanya sebagai transfer informasi, tetapi juga sebagai pembentukan nilai dan identitas.

Persepsi pembentukan *self-reliance* mengacu pada bagaimana individu memaknai dan menerima pesan-pesan komunikasi yang mengajak atau mengarahkan mereka untuk menjadi mandiri, percaya diri, dan bertanggung jawab atas hidupnya sendiri. Dalam studi komunikasi, persepsi merupakan bagian integral dari proses decoding, di mana individu menafsirkan pesan berdasarkan latar belakang kognitif, afektif, sosial, dan budaya mereka.

Persepsi audiens terhadap pesan *self-reliance* sangat dipengaruhi oleh bagaimana pesan tersebut dibingkai. Pidato yang menyampaikan narasi keberhasilan dan kerja keras, misalnya, dapat membentuk persepsi bahwa kemandirian adalah hasil dari usaha individu. Namun, framing alternatif bisa menimbulkan persepsi bahwa keberhasilan juga bergantung pada privilege dan lingkungan yang mendukung.

Melalui lensa interaksi simbolik, persepsi *self-reliance* tidak lahir dalam kekosongan, tetapi melalui proses dialog simbolik antara tokoh publik dan audiensnya. Dalam konteks pidato publik Taylor Swift, persepsi audiens terhadap nilai *self-reliance* terbentuk melalui simbol-simbol seperti kata-kata motivatif, kisah pengalaman pribadi, dan gestur tubuh komunikator.



Gambar 6. Bagan Kerangka Konseptual

1.6. Definisi Operasional

Untuk menyamakan persepsi terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis memberi batasan pengertian sebagai berikut:

1. **Persepsi**, Menurut Robbins & Judge (2017), persepsi adalah suatu proses di mana individu mengorganisasi dan menginterpretasi kesan sensorik mereka guna memberikan makna terhadap lingkungan mereka.
2. **Swiftie**, adalah sebutan bagi penggemar fanatik dari penyanyi dan penulis lagu asal Amerika, Taylor Swift.
3. **Pidato**, adalah bentuk komunikasi lisan yang terstruktur dan disampaikan secara langsung di depan publik, dengan tujuan menyampaikan gagasan, nilai, atau ajakan.
4. **Taylor Swift**, adalah seorang penyanyi, penulis lagu, dan figur publik asal Amerika Serikat yang dikenal tidak hanya karena karyanya di industri musik, tetapi juga karena perannya dalam menyuarakan isu-isu sosial, perempuan, dan identitas diri melalui media dan pidato publik.
5. **Self-Reliance (Kemandirian)**, adalah kondisi psikologis dan sosial di mana individu memiliki kepercayaan pada kemampuan dirinya sendiri untuk membuat keputusan, mengatasi tantangan, dan menjalani hidup secara mandiri, tanpa ketergantungan berlebih pada otoritas eksternal.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan berlangsung selama kurang lebih 2 bulan yang dimulai pada Desember 2023 hingga Februari 2025. Lokasi penelitian ini akan berlangsung di Makassar dengan menggunakan pidato Taylor Swift yang tersedia melalui media digital seperti YouTube dan transkrip resmi dari pidato tersebut.

1.7.2. Tipe Penelitian

Menurut Creswell (2014), pemilihan jenis penelitian sangat tergantung pada tujuan penelitian dan pertanyaan penelitian yang ingin dijawab. Untuk penelitian ini, tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian Kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam, termasuk analisis persepsi *self-reliance* yang terbentuk dari pidato yang dilakukan oleh Taylor Swift di NYU Spring Graduation 2022. Pendekatan Deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara komprehensif proses komunikasi yang terjadi pada pidato tersebut serta reaksi dan interpretasi audiens terhadap pesan yang disampaikan. Nazir (2013) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang tepat mengenai fenomena tertentu yang sedang dipelajari.

1.7.3. Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yakni dengan menggunakan informan yang dianggap mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dan berkaitan dengan topik yang diteliti.

Pada penelitian ini, objek penelitian adalah audiens pidato tersebut, sedangkan subjek penelitian adalah pidato Taylor Swift di NYU Spring Graduation 2022. Pidato ini dipilih karena memiliki dampak yang signifikan pada audiens dan memuat pesan yang berhubungan dengan *self-reliance*. Adapun kriteria informan yang telah ditetapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

- Swifties*, yaitu penggemar atau *fans* dari Taylor Swift
- Swifties* yang tidak terlibat langsung dengan pidato tersebut, namun mengalami impact signifikan ketika mendengarkan pidato tersebut dan telah mengikuti perkembangan karir Taylor Swift sebagai penyanyi sejak awal debut
- Swifties* yang mengalami perubahan perilaku individu sebagai impact dari persepsi yang terbentuk ketika mendengarkan pidato tersebut dan telah menjadi *Swifties* sejak beberapa tahun terakhir
- Swifties* yang termotivasi dengan lirik dan makna lagu Taylor Swift sehingga menjadi *Swiftie*, dan turut mengalami impact ketika mendengarkan pidato Taylor Swift

1.7.4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

- Observasi**

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa observasi non-partisipatif memungkinkan peneliti untuk mengamati fenomena tanpa terlibat langsung. Dalam konteks penelitian ini, observasi dilakukan melalui analisis visual dari rekaman pidato dan reaksi audiens yang terlihat, baik langsung maupun melalui media sosial.

b. Wawancara Informan

Wawancara mendalam akan dilakukan terhadap beberapa audiens pidato tersebut untuk memahami pengalaman dan persepsi mereka mengenai pesan kemandirian diri yang disampaikan oleh Taylor Swift. Kvale (1996) menyebutkan bahwa wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang mendalam dari perspektif subjek penelitian, sehingga sangat cocok digunakan dalam studi kualitatif.

c. Dokumentasi

Dokumentasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data yang penting dilakukan, yakni dengan mengumpulkan data berdasarkan laporan yang diperoleh dari lapangan dalam bentuk dokumen, foto, video, maupun rekaman suara. Dokumentasi juga dapat berupa catatan berisi hal-hal yang mendukung penelitian dalam bentuk liputan foto selama penelitian.

d. Analisis Dokumen

Bowen (2009) menjelaskan bahwa analisis dokumen adalah metode kualitatif yang digunakan untuk mengevaluasi dan menafsirkan data dari sumber teks yang tersedia. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini termasuk transkrip pidato Taylor Swift, artikel, ulasan media, dan video dari pidato tersebut. Tujuan dari analisis dokumen ini adalah untuk mengidentifikasi pesan komunikasi publik dan bagaimana elemen retorika (ethos, pathos, logos) digunakan dalam pidato tersebut.

1.7.5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model Miles & Huberman, yaitu dengan melakukan analisis data secara terus menerus hingga tuntas dan bersifat interaktif. Adapun langkah-langkah yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan (Sugiyono, 2016:246).

a. Pengumpulan data

Data merupakan sekumpulan informasi yang memberikan kemungkinan kepada peneliti untuk menarik kesimpulan. Data dikumpulkan berdasarkan hasil observasi, studi Pustaka, dokumentasi dan wawancara.

b. Reduksi data

Data yang telah dikumpulkan diorganisir agar terbentuk menjadi rangkuman inti dari data pokok yang dicari. Dalam proses ini, data diambil dari lapangan dan

kemudian ditulis dalam bentuk laporan hingga mencapai hasil yang sesuai dengan fokus penelitian. Dalam hal ini, penulis hanya akan mengambil data yang diperlukan.

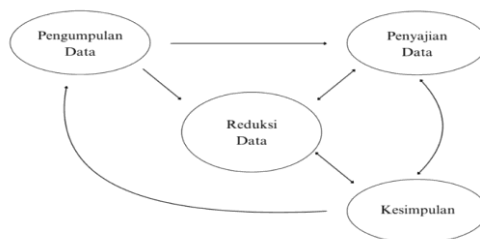
c. Penyajian data

Data yang telah terorganisir disajikan dalam bentuk deskripsi dan narasi lengkap yang telah disusun berdasarkan pokok-pokok temuan yang diperoleh dari data yang telah direduksi.

d. Penarikan kesimpulan/Verifikasi

Penarikan kesimpulan diambil dari data yang telah direduksi, kemudian penyajian data dituangkan dalam bentuk ringkasan sehingga peneliti dapat menelaah kembali data apa saja yang telah diperoleh terkait dengan topik yang diteliti. Dalam hal ini, peneliti akan melihat apakah data tersebut mendukung penelitian ini serta menjawab permasalahan awal yang telah dirumuskan.

Braun & Clarke (2006) menyatakan bahwa analisis tematik adalah proses identifikasi, analisis, dan pelaporan tema yang ditemukan dalam data. Metode ini sangat berguna untuk mengkategorikan respons audiens terhadap pidato dan bagaimana mereka memaknai pesan kemandirian diri. Analisis tematik akan digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola respon dari wawancara mendalam dan analisis dokumen terkait audiens yang terpengaruh oleh pidato tersebut.



Gambar 7. Teknik Analisis Data Model Interaktif

Sumber: Miles dan Huberman (1992:20)

