

BAB II

KAJIAN TEORI

Bab kajian teori bukan sekedar kumpulan kutipan tetapi analisis dan sintesis teori, hasil-hasil penelitian dan pendapat para ahli. Mahasiswa dapat merumuskan definisi, pemahaman baru, kerangka pikir, hipotesis, dan/atau pertanyaan penelitian, serta dapat mengembangkan instrumen yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Mahasiswa tidak diperkenankan mengutip teori dari Skripsi, Tesis, Disertasi kecuali temuan atau hasil penelitiannya. Hal penting lainnya dalam bab ini adalah pertanyaan penelitian harus in line dan merupakan jabaran dari rumusan masalah.

A. Kajian Teori

1. Konstruksi Sosial

Konstruksi sosial memiliki arti yang luas dalam aspek sosiologi, konstruksi sosial berhubungan dengan pengaruh sosial dalam pengalaman hidup individu. Berger dan Luckmann mengatakan “realitas adalah konstruksi sosial”. Menurut DeLamater dan Hyde mengatakan bahwa konstruksi sosial berarti tidak ada kenyataan pokok yang benar karena realitas adalah konstruksi sosial yang merupakan hasil dari suatu budaya, bahasa dan juga institusi-institusi.²¹ Konstruksi sosial adalah pandangan bahwa semua nilai, ideologi dan institusi sosial adalah buatan manusia.

Konstruksi sosial adalah sebuah pernyataan keyakinan (a claim) dan juga sebuah sudut pandang (a view point) bahwa kandungan dari kesadaran, dan cara berhubungan dengan orang lain itu diajarkan oleh kebudayaan, dimana budaya mempengaruhi pikiran serta tingkah laku individu dan masyarakat. Termasuk didalamnya pandangan bahwa

²¹Charles R. Ngangi, Konstruksi Sosial dalam Realitas Sosial, (Media Publications: 2011), hlm. 1

mempelajari aspek keberadaan dan realitas yang bersifat riil maupun abstrak, yang dianggap sebagai suatu kepastian itu dipelajari dari orang lain di sekitar kita.²² Pendekatan ini lebih menekankan pengaruh budaya dalam memberikan suatu kerangka bagi pengalaman dan pemaknaan suatu objek. Dengan demikian, konstruksi sosial secara tegas menyertakan budaya sebagai faktor kunci untuk memahami sesuatu.

Menyangkut Skema dialektis teoritis konstruksi sosial dijelaskan oleh Berger sebagai berikut: Eksternalisasi adalah usaha pencurahan diri manusia ke dalam dunia, baik dalam kegiatan mental maupun fisik. Sudah merupakan hakikat manusia sendiri, dan merupakan keharusan antropologis, manusia selalu mencurahkan diri ke dalam dunia tempat ia berada. Objektivasi adalah hasil yang telah dicapai baik mental maupun fisik dari kegiatan eksternalisasi manusia. Lewat proses ini masyarakat menjadi suatu realitas sui generis. Objektivasi masyarakat meliputi beberapa unsur misalnya institusi, peranan, identitas. Keluarga merupakan contoh sebuah institusi yang secara objektif real “ada di sana” dapat memaksakan pola-pola tertentu pada individu yang hidup dalam lingkungannya.

Dunia sosial yang sudah diobjektivasikan dan menghadapinya sebagai suatu faktivitas di luar kesadaran, belum dapat dikatakan sebagai suatu internalisasi. Proses internalisasi lebih merupakan penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran sedemikian sehingga subjektif individu dipengaruhi oleh struktur dunia sosial. Macam-macam unsur dari dunia yang diobjektivasikan akan ditangkap sebagai gejala realitas di luar kesadarannya sekaligus sebagai gejala internal bagi kesadaran. Melalui internalisasi manusia menjadi hasil masyarakat.²³

Dalam Charles (2011) mengatakan bahwa Dunia pengalaman individual tidak dipisahkan dari dunia sosial sebagaimana diutarakan oleh Berger dan Luckmann (1990:1). Realitas terbentuk secara sosial, dan

²²Ibid, hlm. 1

²³Ibid, hlm. 3

sosiologi ilmu pengetahuan bertugas untuk menganalisa bagaimana proses itu terjadi. Keduanya mengakui adanya realitas objektif, dengan membatasi realitas sebagai kualitas yang berkaitan dengan fenomena yang dianggap berada di luar kemauan kita (sebab sesungguhnya fenomena tersebut tidak dapat dihindarkan).

2. Semiotika

Semiotika adalah ilmu yang mengkaji hubungan mengenai tanda dan memiliki fungsi untuk menjangkau makna yang terdapat dalam seluruh sendi kehidupan. Semiotika mempunyai dua unsur tanda yaitu penanda (bentuk) dan petanda (makna). Semiotika digunakan sebagai metode untuk mengkaji berbagai cabang keilmuan. Hal ini memungkinkan karena wacana sosial dianggap sebagai fenomena bahasa. Dengan kata lain bahasa digunakan sebagai model dalam berbagai wacana sosial termasuk penelitian dalam karya ilmiah skripsi ini. Para pakar menyetujui bahwa jika praktik sosial dapat dianggap sebagai fenomena bahasa maka semuanya dapat juga dipandang sebagai tanda, hal ini karena luasnya pengertian tanda itu sendiri.²⁴

Charles Sander Peirce bapak semiotika yang juga merupakan ahli filsafat dan logika mengatakan bahwa manusia hanya bisa bernalar melalui tanda. Peirce memahami bahwa logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda.²⁵ Berger (2000) mengungkapkan apa yang direpresentasikan oleh tanda mampu menghasilkan makna. Para pakar ilmu membahas lingkup makna yang lebih besar dengan cara membedakan antara makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif adalah apa yang mampu dijangkau oleh panca indera atau fisik benda seperti prinsip anatomis, material, dan fungsional. Sedangkan makna konotatif adalah makna bias atau cadangan yang melatari bentuk-bentuk fisik seperti ideologis, mitologis, dan teologis.

²⁴ Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Postmodernisme* (Bandung: Penerbit Mizan, 1998), hlm. 262

²⁵ Arthur Asa Berger, *Tanda-Tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*, Penerjemah M. Dwi Marianto dan Sunarto, (Yogyakarta: PT Tiara Wacana, 2000) hlm. 22

Dalam penelitian ini akan menggunakan teorinya Roland Barthes untuk melihat makna denotatif dan makna konotatif.

Tabel 2.1

Rumus Semiotika Roland Barthes



MAKNA MITOS

Roland Barthes menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan Barthes ini dikenal dengan “order of signification”, yang mencakup makna denotasi (makna sebenarnya sesuai dalam kamus) dan konotasi (makna ganda yang lahir dari pengalaman kultural dan personal). Disinilah letak perbedaan antara teori Saussure dan Barthes walaupun Barthes masih menggunakan istilah *signifier-signified* yang diusung Saussure.²⁶ Menurut teori Saussure menyatakan system tanda terdiri dari dua elemen yaitu penanda dan petanda. Penjelasan Saussure menunjukkan karakter penanda ada hubungannya dengan petanda. Bagi Ferdinand de Saussure suatu tanda tidak hanya berbentuk citra bunyi tetapi bisa juga berbentuk pemahaman. Itulah mengapa ia membedakan antara penanda dan petanda. Penanda adalah sesuatu yang cenderung materialis atau bisa dijangkau oleh panca indera (wujud) sedangkan petanda adalah sesuatu yang muncul dari pikiran atau pemahaman (makna). Oleh karena itu hubungan antara penanda dan petanda tidak bisa dipisahkan karena produk yang dihasilkan dari petanda merupakan respon dari penanda.

²⁶Sidharta, Semiotika Menurut Pandangan Roland Barthes, (Publications: 2014), hlm. 12

Dengan kata lain, penanda adalah bentuk/wujud fisik yang dapat dikenal melalui wujud karya arsitektur sedangkan petanda adalah makna yang terungkap melalui konsep, fungsi dan atau nilai-nilai yang terkandung dalam karya arsitektur.

Makna denotatif adalah makna umum atau makna harfiah yang muncul dari suatu tanda sedangkan makna konotatif adalah makna khusus atau makna tambahan yang muncul berdasarkan kondisi sosial budaya maupun konteks yang sedang dibahas. Misalnya kata lapar menurut makna denotatif adalah kondisi perut yang kosong atau ingin makan makanan yang membuat kenyang, namun dalam makna konotasi lapar tidak selalu butuh makanan. Lapar bisa masuk dalam beberapa konteks misal lapar kekuasaan yang artinya hasrat berlebihan seseorang untuk menduduki suatu jabatan tertentu.

Mitos adalah suatu bentuk dimana ideologi tercipta. Mitos timbul dari proses pemaknaan dengan observasi kasar yang menciptakan pemahaman atau ideologi sehingga pemaknaan mitos dalam semiotika bersifat tidak mendalam. Mitos hanya mewakili atau merepresentasikan makna yang nampak, bukan yang sesungguhnya. Budiman (2001) mengatakan menurut Barthes mitos bukanlah suatu realitas unreasonable atau unspeakable melainkan merupakan suatu sistem komunikasi atau pesan (message) yang berfungsi mengungkapkan atau memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam periode tertentu. Mitos tergantung pada konteks dimana ia ada sehingga dapat dengan mudah diubah atau dihancurkan karena mitos diciptakan oleh orang-orang. Dengan merubah konteksnya seseorang dapat mengubah efek mitos. Pada saat yang sama mitos sendiri juga berperan dalam penciptaan ideologi. Fungsi utama mitos adalah untuk menaturalisasikan sebuah kepercayaan.

Mitos membuat pandangan-pandangan tertentu seolah menjadi tidak mungkin ditentang karena memang itulah yang seharusnya.²⁷

3. Instagram sebagai Media Masa

Instagram adalah aplikasi berbagi informasi melalui foto atau gambar yang dibagikan oleh pengunduh. Instagram sendiri berasal dari kata 'instan' dan 'gram' dari kata telegram yang berarti membagikan informasi melalui gambar dengan cepat. Instagram juga memungkinkan para penggunanya untuk saling berkomentar satu sama lain. Tampilan pada aplikasi instagram menampilkan gambar seperti pada kamera polaroid dan kodak instamatik, tidak seperti gambar umumnya yang berukuran 4:3. Aplikasi instagram yang dapat diunduh melalui playstore atau apple store memiliki banyak kelebihan dan manfaat diantaranya; dapat mengedit foto dengan banyak efek filter sehingga foto menjadi lebih bervariasi. Instagram memungkinkan memposting foto pada facebook dan tweeter dengan sekali langkah cepat dan mampu menjalin konektivitas dengan semua orang yang menggunakan aplikasi yang sama, dan beragam manfaat lainnya.

Instagram sebagai media massa tentu saja sering dimanfaatkan sebagai alat komunikasi massa. Menurut ulasan salah satu ahli komunikasi Alex S. Tan (2003) mengungkapkan teori dari konsep fungsi komunikasi massa adalah to information, to educate, to persuade and to entertain. Sementara itu West and Tuner (2008) mengatakan bahwa ada perbedaan antara komunikasi massa dan media massa.²⁸ Menurutnya komunikasi massa adalah proses seseorang atau komunikator menyampaikan pesan melalui media massa yang ditujukan kepada khalayak. Sedangkan media massa adalah saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Komunikator dalam komunikasi massa seringkali berupa media sosial,

²⁷Rina Septiana, Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos dalam Film Who Am I Kein System Ist Sicher (Suatu Analisis Semiotik, (Manado: Universitas Sam Ratulangi Fakultas Ilmu Budaya, 2019), hlm. 7

²⁸Rama Kertamukti, Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp), (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015), hlm. 57

koran, majalah, televisi dan radio. Instagram adalah media sosial yang sangat populer, sistem sosial di dalam instagram memungkinkan siapa saja menjadi mengikuti akun pengguna lainnya (*Followers*). *Followers* merupakan unsur penting dalam penggunaan instagram karena jumlah *like* yang diberikan dapat menunjukkan tingkat popularitas suatu foto atau gambar. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Sebagai bagian dari komunikasi visual maka instagram mampu menjadi alat pembentuk citra diri seseorang melalui foto atau gambar yang dipostingnya.

Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan dalam benak seseorang. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau yang tidak disukai dari objek tersebut. Suatu citra bisa sangat kaya makna atau sederhana saja. Citra dapat berjalan stabil dari waktu ke waktu atau sebaliknya bisa berubah dinamis, diperkaya oleh jutaan pengalaman dan berbagai jalan pikiran asosiatif. Setiap orang bisa melihat citra suatu objek berbeda-beda, tergantung pada persepsi yang ada pada dirinya mengenai objek tersebut atau sebaliknya citra bisa diterima relatif sama pada setiap anggota masyarakat, ini yang biasa disebut opini publik.²⁹ Aktivitas yang digunakan untuk menghasilkan citra diri seseorang disebut *personal branding*.

Personal Branding adalah proses dimana orang dan karier mereka ditandai sebagai merek. Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan aset dan ekuitas merek yang berkaitan dengan orang atau individu tertentu.

²⁹Rama Kertamukti, Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp), (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015), hlm. 58

Biasanya upaya *branding* membutuhkan dukungan finansial yang luas untuk promosi dan menciptakan kesadaran merk, lalu setelah itu loyalitas merk. Media sosial dengan struktur ideologis dan teknologinya memberikan kemudahan bagi siapa pun untuk mempromosikan diri sebagai merk dengan cara yang relatif efisien dan murah. Setiap orang memiliki merk pribadi, tetapi memilikinya tidak cukup. Manajemen yang baik dan proaktif serta promosi yang baik membuat merk di kenal oleh orang-orang. Istilah “*personal branding*” dan “*self branding*” tidak diterima oleh sebagian kecil orang yang tidak terima untuk menyebut manusia sebagai merk. Sullivan menunjukkan dalam gerakan *personal branding*, orang dan karir mereka dipasarkan sebagai merk lengkap dengan janji kinerja, desain khusus, dan *tag line* untuk sukses. Kegiatan *personal branding* yang dilakukan tokoh publik atau politik dalam bahasa populernya sering disebut dengan pencitraan.³⁰

Kegiatan pencitraan pada tokoh politik haruslah tersusun secara terarah dan efektif. Media sosial sebagai media yang banyak dianut dan diikuti banyak orang menjadi media yang sangat signifikan dan potensial merubah opini masyarakat dalam berbagai hal. Kegiatan sosial atau kegiatan yang dapat menaikkan opini dibentuk untuk menambah citra seseorang. Citra adalah apa yang kamu inginkan ada dalam persepsi orang lain mengenai dirimu. Dalam bukunya, Paul A. Argenti menyatakan citra adalah perusahaan di mata para konstituen. Sebuah organisasi dapat memiliki beberapa citra yang berbeda-beda dimata konstituen yang berbeda-beda pula. Selain itu, dikutip dari Rama Kertamukti, definisi lain tentang citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi. Yang berarti, citra adalah organisasi sebagaimana terlihat dari sudut pandang konstituennya. Tergantung pada konstituen mana yang terlibat, sebuah organisasi dapat memiliki banyak citra yang berbeda. Dengan

³⁰Rama Kertamukti, Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp), (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015), hlm. 59

begitu, untuk mengerti identitas dan citra sama dengan mengetahui seperti apa organisasi itu sebenarnya dan kemana ia menuju.³¹

Mengamati sikap Queen Rania dalam kenyataan dan diabadikan melalui postingan akun instagram memperkuat identitas manusia yang bisa berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan individu lain. Instagram digunakan sebagai penggabungan karakteristik pribadi dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukan yang dibuat. Digunakan dalam mengungkapkan Queen Rania sangat tepat, hal ini dikarenakan permainan peran yang dilakukan seseorang akan menciptakan kondisi interaksi yang kemudian memberi mereka makna sendiri. Sedangkan untuk pemaknaan visual pada instagram dramaturgis bersama konsep, tergantung pada latar belakang sosial masyarakat yang menangani, dalam konsep visual disebut gambar yang ditangkap dan dirasakan. Penelitian ini menjadi menarik karena membahas peran seorang ibu negara dalam kehidupan bernegara yang ditampilkan dari postingan di akun media instagram pribadinya.

Dalam visual image penelitian ini menunjukkan Queen Rania dalam peran kepemimpinan yang berusaha menyampaikan nilai-nilai tertentu kepada masyarakat luas dengan memposting berbagai aktivitas sosialnya di media sosial Instagram.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan dan referensi untuk memudahkan peneliti dalam membuat penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan peneliti dalam melakukan penelitian mengenai representasi muslimah diranah digital (studi pada akun Instagram Queen Rania dari Jordania).

Tabel 1

Referensi/ Judul	Peneliti	Tahun	Isi Penelitian	Perbedaan dengan
---------------------	----------	-------	----------------	---------------------

³¹Ibid, hlm. 60

		Terbit		penelitian terdahulu
Representasi Perilaku Bermedia Generasi Millennial pada Kartun Opini Instagram (Studi Analisis Semiotika Pada Kartun Opini Instagram Karya @komikazer	Assyifa Karamoy	2018	Perilaku bermedia generasi millennial yang di dari representasikan dalam kartun opini Instagram karya Reza Mustar adalah perilaku ketergantungan teknologi informasi (telepon genggam, laptop dan televisi) dan perilaku ujaran kebencian dan bigotry di internet yang muncul akibat kurangnya kecerdasan dalam menyaring informasi dan kebebasannya berpendapat di internet. Kartunis sebagai bagian dari generasi millennial merepresentasikan perilaku tersebut sebagai sebuah kritik terhadap	Penelitian ini meneliti representasi yang terdapat kartun opini karya Reza Mustar di akun @komikazer, sedangkan penelitian saya meneliti representasi muslimah millennial dari akun instagram @queenrania

			generasi millennial melalui ironi pada jalinan-jalinan makna visual gambar.	
Women and Politics From The Perspective of Islamic Movements in Jordan	Hassan Abu Hanieh	2008	Dalam studi ini memeriksa isu-isu politik perempuan dari sudut pandang gerakan islam di Jordania dan dari posisi strategis mereka sebagai aktivis pencari tujuan	Studi Hassan Abu Hanieh menjelaskan tentang visi aktivis wanita Jordania yang menentang gagasan bahwa ranah politik adalah ilmu yang terbatas dan didefinisikan oleh negara atau pihak berwenang dan mengatasi keterbatasan stagnan yang berlaku selama ini. Sedangkan studi ini menjelaskan tentang representasi muslimah

				millennial pada akun instagram @queenrania
The Representation of Arabs and Muslims in Western Media	Driss Ridouani	2011	Paper ini berupaya menguraikan cara muslim dan Arab dikonseptualisasikan di media Barat bersama-sama dengan efek drastis yang melukai orang-orang Barat. Perhatian utama akan fokus pada analisis gambar yang terdistorsi, pandangan palsu, generalisasi berlebihan yang biasanya menjadi ciri representasi Barat Muslim dengan mengacu pada beberapa insiden tertentu terutama perang teluk, pemboman Okhlahoma dan pemboman Menara Kembar	Paper karya Driss menjelaskan tentang representasi orang Arab dan Muslim dalam seni Barat yang bertujuan untuk menggambarkan analogy antara pandangan masa lalu dan konseptualisasi saat ini. Sedangkan penelitian saya akan membahas representasi muslimah millennial pada akun instagram @queenrania dari Jordania

<p>Fashion sebagai komunikasi Analisis Semiotis atas Fashion Jokowi pada Pemilihan Presiden 2014</p>	<p>Muhammad Hasyim</p>	<p>2016</p>	<p>Fashion Jokowi digunakan untuk menunjukkan nilai sosial atau identitas sebagai seorang pemimpin yang sederhana dan merakyat. Dalam proses penandaan (pemaknaan) fashion Jokowi (kemeja) orang membuat penilaian berdasarkan apa yang dipakai oleh orang lain, merupakan salah satu cara bagi kelompok untuk mengidentifikasi dan membentuk dirinya sendiri sebagai suatu kelompok atau masyarakat yang lebih luas (Indonesia). Dalam konteks ini, pemaknaan atas fashion Jokowi yang</p>	<p>Penelitian Hasyim melakukan analisis semiotis atas fashion sebagai komunikasi politik menyimpulkan bahwa fashion menunjukkan identitas sosial di suatu masyarakat. Sedangkan penelitian saya menganalisis representasi muslimah milenial pada akun instagram @queenrania</p>
--	------------------------	-------------	---	---

			<p>mengkonotasikan kesederhanaan dan merakyat muncul dari interaksi sosial yang saling dipertukarkan setiap orang, yang akan mengantarkan pada konsep diri seseorang dan kelompok/komunitas dan sosialisasinya kepada keseluruhan kelompok sosial yang lebih besar, yaitu masyarakat, fashion Jokowi dengan kemeja putih merupakan identitas sosial masyarakat Indonesia</p>	
Women and Leadership in Islam: A case study in Indonesia	Arif Rohman	2013	<p>Islam memiliki semangat egaliter yang ditunjukkan oleh sejarah kehidupan Muhammad. Namun, sejak kematian Muhammad,</p>	<p>Jurnal Arif Rohman ini mengkaji pemikiran konservatif dan liberal tentang perempuan sebagai pemimpin</p>

			<p>perlakuan kepada wanita telah berubah secara signifikan di sebagian besar masyarakat Islam. Dalam kasus Indonesia, perempuan masih ditolak oleh Ulama sebagai pemimpin dalam konteks politik dengan menggunakan interpretasi mereka terhadap teks dan hadist Al-Qur'an. Mereka telah melakukan ini untuk menjaga status quo dari dominasi pria. Karena itu, sangat penting untuk memberi kesempatan perempuan di Indonesia menjadi pemimpin dan memiliki kesempatan yang sama untuk</p>	<p>dalam masyarakat Muslim khususnya di Indonesia. Sedangkan penelitian ini akan meneliti representasi muslimah milenial pada akun instagram @queenrania</p>
--	--	--	--	--

			menafsirkan Islam	
--	--	--	-------------------	--

Dengan ini penulis menyatakan bahwa penelitian yang dilakukan penulis tentang “Representasi Muslimah Millennial di Ranah Digital (Studi pada akun instagram Queen Rania) belum pernah dilakukan oleh peneliti manapun. Demikian penelitian ini adalah upaya asli penulis untuk menggambarkan fenomena sebagaimana adanya dengan bersandar pada penelitian dan teori yang sudah ada. Kemampuan Representasi adalah kemampuan seseorang untuk menyatakan dan mengungkapkan kembali ide-ide dan gagasan yang ia miliki.