

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu, yang mana ada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Tentunya dengan melihat hasil karya ilmiah yang memiliki pembahasan serta tinjauan yang sama.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Analisis Semiotika Barthes Tentang Makna Dalam Postingan Foto Body Positivity Media Sosial Tara Basro	Fitri Fidianti, Adi Bayu Mahadian	Metode Kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes	Berdasarkan hasil penelitian ini, tidak terlihat tanda-tanda unsur pornografi dan Tara Basro hanya ingin mematahkan stereotip bentuk tubuh ideal yang beredar di	Analisis semiotika menggunakan teori dari tokoh yang berbeda dan bentuk postingan dari media sosial yang berbeda.

				masyarakat.	
2.	Konstruksi Perempuan dalam Media Baru: Analisis Semiotik <i>Meme</i> Ibu-Ibu Naik Motor di Media Sosial	Yanti Dwi Astuti	Metode Kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce	Berdasarkan hasil penelitian ini, <i>Meme</i> ibu-ibu naik sepeda motor dalam batas-batas tertentu menggambarkan perempuan sebagai objek dominasi pria dalam media massa padahal media diharapkan dapat berkontribusi untuk peningkatan kualitas dan peran perempuan termasuk dalam berkendara.	Analisis semiotika pada media yang berbeda di mana media yang digunakan yaitu berbentuk <i>Meme</i> .
3.	Analisis Semiotika Logo Brodo Footwear Di Media Sosial Twitter (Studi Analisis	Canditra Sultannata, Siti Maryam	Metode Kualitatif dengan analisis semiotika Roland	Berdasarkan hasil penelitian ini, sesuai dengan teori semiotika Roland Barthes maka didapat	Analisis semiotika pada media yang berbeda di mana media yang

	Semiotika Roland Barthes)		Barthes	makna yang terkandung dalam logo Brodo yaitu cita rasa dalam fashion yang didasari dengan sifat kejantanan dan ketegasan tetapi dalam tampilan yang sederhana dan penuh harapan dan ciri khas dari Indonesia.	digunakan yaitu berbentuk logo.
--	---------------------------	--	---------	---	---------------------------------

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Menurut Moekijat (2008), Komunikasi merupakan suatu bentuk atau proses bertukarnya informasi dan perasaan antara dua orang atau lebih melalui berbagai media atau saluran guna memberikan pemahaman terkait pesan tertentu yang disampaikan. Bentuk atau jenis komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan kriteria tertentu seperti saluran yang digunakan, konteksnya, dan tujuan komunikasi tersebut. Berikut adalah beberapa bentuk atau jenis komunikasi yang umum:

1. Komunikasi Verbal

- Komunikasi lisan: Melibatkan penggunaan kata-kata secara langsung melalui percakapan atau presentasi.
- Komunikasi tertulis: Melibatkan penggunaan kata-kata yang dituliskan, seperti surat, email, atau laporan.

2. Komunikasi Nonverbal:

- Bahasa tubuh: Meliputi gerakan tubuh, ekspresi wajah, postur tubuh, dan kontak mata.
- Bahasa visual: Melibatkan penggunaan gambar, grafik, atau simbol untuk menyampaikan pesan.
- Bahasa suara: Melibatkan intonasi, volume, dan kecepatan suara untuk mengekspresikan emosi atau makna tambahan.

3. Komunikasi Interpersonal:

- Komunikasi antara dua individu atau lebih, yang melibatkan pertukaran informasi, ide, atau perasaan secara langsung.

4. Komunikasi Kelompok:

- Komunikasi yang terjadi di dalam kelompok atau tim, di mana anggota berinteraksi untuk mencapai tujuan bersama.

5. Komunikasi Formal dan Informal:

- Komunikasi formal: Terstruktur dan teratur, biasanya terjadi dalam konteks organisasi atau institusi dengan aturan dan prosedur yang jelas.

- Komunikasi informal: Tidak terstruktur dan spontan, sering kali terjadi di luar konteks formal dan berdasarkan hubungan sosial yang lebih santai.

Komunikasi Massa:

- Komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang luas melalui media massa, seperti televisi, radio, surat kabar, atau internet.

2.2.2 Internet

Internet merupakan jaringan komputer yang dibuat pada tahun 1969 oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat yang berada dalam proyek ARPA yang disebut ARPANET (Advanced Research Project Agency Network) dalam rangka keperluan militer, di mana proyek ini akan menyimulasikan penggunaan *hardware* dan *software* pada komputer yang berbasis UNIX sehingga komunikasi jarak jauh dapat dilakukan. Proyek ARPANET merancang bentuk jaringan yang seberapa besar dan handal informasi yang dapat dipindahkan sehingga membentuk *Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP)*. Kala itu, Departemen Pertahanan Amerika Serikat (*US Department of Defense*) merancang sistem jaringan komputer yang tersebar dengan menghubungkan komputer di berbagai daerah vital guna mengantisipasi atau menangani serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi yang terpusat di kondisi perang, sehingga dapat dihancurkan dengan mudah.

Awal mula, hanya 4 situs yang dihubungkan oleh ARPANET yaitu *Stanford Research Institute, University of California, Santa Barbara*, dan *University of Utah* di mana pada tahun 1969 ARPANET membentuk satu jaringan terpadu yang

kemudian dipublikasikan pada Oktober 1972. Kemudian, proyek ini berkembang dengan pesatnya ke beberapa daerah sehingga semua universitas di negara tersebut meminta untuk bergabung. Bahkan, ARPANET kesulitan untuk mengaturnya. Dengan demikian, ARPANET dipecah menjadi dua yaitu "MILNET" untuk kepentingan militer dan "ARPANET" baru yang lebih kecil untuk kepentingan non-militer seperti berbagai universitas, dan sebagiannya. Gabungan kedua jaringan dengan demikian disebut DARPA Internet yang kemudian disederhanakan menjadi Internet.

2.2.3 Media Sosial

Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir tren komunikasi di masyarakat Indonesia meningkat drastis dalam penggunaan data yang berbanding terbalik dengan penggunaan panggilan telepon (voice) dan pesan singkat (sms). Munculnya berbagai aplikasi yang disertai dengan inovasi komunikasi dan akses informasi sejalan dengan semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan telepon pintar (smartphone). Beberapa aplikasi saat ini bahkan menyediakan jasa panggilan telepon video (video call), dan di saat yang bersamaan melalui aplikasi yang sama pertukaran informasi dapat dilakukan dengan mudah.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mengungkapkan pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Generasi muda dalam rentang usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun memiliki angka penetrasi hingga lebih dari 80 persen pengguna internet di Indonesia. Angka

tersebut relatif tinggi ketimbang penduduk kelompok usia lainnya berdasarkan riset terbaru yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Pada kategori 20-24 tahun ditemukan 22,3 juta jiwa yang setara 82 persen dari total penduduk di kelompok itu. Sedangkan pada kelompok 25-29 tahun, terdapat 24 juta pengguna internet atau setara 80 persen total jumlah jiwa. Media sosial merajai konten internet sebagai yang paling sering diakses netizen. Tercatat 97,4 persen orang Indonesia mengakses akun media sosial saat menggunakan internet. Selain itu, indikasi dominasi usia muda terlihat dari aktivitas menonton film secara daring, memutar musik online, dan menonton olahraga online menjadi pilihan utama pengguna internet sebagai sumber hiburannya. Cukup jelas ketiga aktivitas itu dekat dengan gaya hidup kelompok usia muda. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata pengguna e-commerce di Indonesia membelanjakan sekitar US\$228 (sekitar Rp3 juta) per tahun. Dari segi pertambahan jumlah pengguna di layanan media sosial, Indonesia menempati posisi ketiga di dunia. Kemudian ada 6 jenis platform media sosial, yaitu:

1. *Collaborative Projects*
2. *Content Communities*
3. *Blogs and Microblogs*
4. *Social Networking Site*
5. *Virtual Game World*
6. *Virtual Social World*

Berdasarkan fitur dan kegunaannya, media sosial dapat dibagi menjadi 8 jenis, yaitu:

1. *Relationship Networks*

Relationship Networks dapat dikatakan sebagai awal mula media sosial menjadi *booming* digunakan publik. Jenis media sosial ini biasanya berisikan halaman profil yang berguna untuk memposting foto, biodata dan informasi lainnya mengenai pengguna. Contohnya *Facebook, LinkedIn, Google plus*.

2. *Media Sharing Networks*

Jenis media sosial ini dibuat dengan tujuan untuk saling berbagi informasi dan konten khusus antar pengguna misalnya foto atau video. Pengguna bisa menggunakan fitur-fitur untuk mengedit konten mereka sebelum memposting dan membagikannya ke orang lain (tag atau mention). Contohnya *Youtube, Snapchat, Instagram*.

3. *Online Reviews*

Media sosial jenis ini berbasis lokasi yang menggunakan teknologi Geolocation (geolokasi). Artinya, pengguna dapat menginformasikan sesuatu berdasarkan lokasi atau geografis yang mereka tentukan beserta dengan konten di dalamnya. Contohnya *TripAdvisor*.

4. *Forum Diskusi*

Forum diskusi merupakan salah satu jenis media sosial perintis pada masa awal mula berkembangnya internet. Sebelum

Facebook muncul, pengguna internet bertemu dan saling berkomunikasi dalam forum diskusi. Contohnya *Kaskus*.

5. *Social Publishing Platform*

Contoh media sosial ini adalah blog dan microblog untuk membagikan artikel yang ditulis para pengguna. Social publishing platform bisa bersifat real time maupun tidak. Contohnya *Blog, tumblr*.

6. *Bookmarking Sites*

Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk mengumpulkan konten (teks, gambar, video, link) lalu menyimpannya dalam akun masing-masing. Pengguna bisa menyimpan konten secara privat atau memberikan bebas akses untuk pengguna lainnya. Contohnya *Pinterest*.

7. *Internet-Based Network*

Manfaat utama media sosial adalah kemampuannya mempertemukan banyak orang dengan latar belakang yang sama ataupun berbeda dalam sebuah jaringan (network). Contohnya *Facebook Groups, LinkedIn Groups*.

8. *E-Commerce*

E-Commerce adalah bentuk media sosial yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli menggunakan fitur yang ada. Contohnya *Tokopedia, Shopee, Blibli*

Menurut Michael (2012), media sosial merupakan layanan berbasis internet dan seluler yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi secara *online*, menyumbangkan konten yang dibuat oleh pengguna, atau bergabung dengan komunitas *online*. Media sosial dapat meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial juga mendukung interaksi sosial dan media sosial yang menggunakan teknologi berbasis web dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Terdapat berbagai macam jenis media sosial, yaitu sebagai berikut:

- Media sosial berbagi video (*video sharing*) yang meliputi *YouTube*, *Vimeo*, *DailyMotion*, dan sebagiannya.
- Media sosial mikroblog yang meliputi *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr*, dan sebagiannya.
- Media sosial berbagi jaringan sosial, yang meliputi *Facebook*, *Google Plus*, *Path*, dan sebagiannya.
- Media sosial profesional, yang meliputi *LinkedIn*, *Scribd*, *Slideshare*, dan sebagiannya.
- Media sosial berbagi foto, yang meliputi *Pinterest*, *Picasa*, *Flickr*, *Instagram*, dan sebagiannya.

2.2.4 Twitter

Twitter merupakan jenis media sosial *microblogging* yang di mana para penggunanya dapat menuliskan serta mempublikasikan aktivitas atau pendapatnya.

Twitter mampu menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter atau huruf yang dapat dituliskan. Sama seperti media sosial lainnya, di *Twitter* pengguna bisa menjalin jaringan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat atau pandangan yang dimiliki, hingga membahas isu terkini atau terbaru saat itu juga dan menjadi bagian dari isu tersebut dengan turut menuliskan *tweet* menggunakan tagar atau hastag tertentu (Rulli, 2015: 43). *Twitter* diciptakan oleh Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone, dan Noah Glass pada Juli 2006. Awalnya, kantor pusat *Twitter* berada di San Fransisco, Amerika Serikat. Namun seiring berjalannya waktu, kini *Twitter* telah memiliki 25 kantor yang tersebar di seluruh dunia.

Twitter sendiri digunakan untuk menyebarkan informasi yang bersifat lebih umum dan untuk kepentingan umum (Mulyati et al., 2014). *Twitter* telah digunakan oleh lebih dari 100 juta masyarakat Indonesia sehingga aplikasi tersebut menjadi salah satu aplikasi paling favorit dan paling banyak diunduh serta dipergunakan oleh masyarakat Indonesia (Ichsani & Amir, 2017). Berikut adalah beberapa fitur-fitur yang ada pada *Twitter*:

- *Followers* dan *following*, yaitu fitur yang digunakan sebagai sarana dalam menjalin pertemanan dengan memiliki pengikut dan mengikuti akun milik pengguna lainnya.
- *Direct message*, yaitu fitur yang digunakan sebagai sarana berkomunikasi dalam bentuk non-verbal atau pesan antar penggunanya.
- *Twitter search*, yaitu fitur yang digunakan untuk mencari informasi yang dibutuhkan seperti akun, berita, dan sebagiannya.

- *Trending topics* atau *latest news*, yaitu fitur yang menyediakan kabar terbaru dan terkini yang biasanya tersedia melalui tagar atau *hashtag*.
- *Thread*, yaitu fitur rangkaian/utas pada sebuah postingan yang terhubung dari sebuah akun yang berisi konteks tambahan, pembaruan, atau poin tambahan dengan menghubungkan beberapa *Tweet* secara bersamaan.
- *Liked*, yaitu fitur yang digunakan untuk menyukai sebuah postingan.
- *Comment* dan *reply*, yaitu fitur yang digunakan untuk berkomentar dan membalas pada sebuah postingan.

2.2.5 Pelecehan Seksual

Menurut Winarsunu (2008), pelecehan seksual merupakan berbagai macam bentuk perilaku yang mengarah ke tindakan seksual yang dilakukan secara sepihak oleh pelaku dan tidak dikehendaki oleh korban yang mengalaminya. Bentuk dari pelecehan seksual dapat berupa pelecehan secara verbal, non-verbal, simbol, isyarat, dan lainnya. Aktivitas yang berkonotasi seksual dapat dianggap pelecehan seksual jika mengandung unsur-unsur pemaksaan kehendak secara sepihak oleh pelaku. Tindakan pelecehan seksual terjadi akibat adanya motivasi dari pelaku yang mengakibatkan penderitaan pada korban yang mengalaminya. Kemudian, menurut Collier (1998), pelecehan seksual merupakan segala bentuk perilaku bersifat seksual yang tidak diinginkan oleh yang mengalami dampaknya dari perilaku tersebut. Pelecehan seksual dapat dialami oleh seluruh usia, baik laki-laki maupun perempuan. Sedangkan menurut Rubenstein (dalam Collier, 1998), pelecehan seksual merupakan tindakan atau perilaku seksual yang tidak diinginkan atau

tindakan yang didasarkan pada gairah seksual yang dapat merugikan korban yang mengalaminya.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pelecehan seksual merupakan sebuah bentuk tindakan atau perilaku yang mengarah ke tindakan seksual, baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal, yang dapat merugikan para korban yang mengalaminya karena merupakan tindakan atau perilaku yang dilakukan secara sepihak. Pelecehan seksual juga dapat dialami oleh seluruh usia, baik laki-laki maupun perempuan.

2.2.6 Pelecehan Seksual di Media Sosial

Berdasarkan yang dikemukakan oleh Sanjaya dan Wirasila (2021), pelecehan seksual yang terjadi di media sosial merupakan bentuk pelecehan seksual secara non-fisik (pelecehan verbal) yang dapat terjadi kepada seseorang dan tidak dikehendaki keberadaannya oleh korban. Hukum yang diberlakukan terkait pelecehan seksual di media sosial pada saat ini masih belum jelas di Indonesia, yang menjadikan pelecehan seksual semakin marak terjadinya pada masyarakat. Perbuatan atau tindakan pelecehan seksual yang terjadi di media sosial dapat menyebabkan kurang nyamannya beraktivitas di media sosial, merasa terusik, bahkan hingga mengalami trauma yang dapat mengganggu kondisi psikis para korbannya. Perbuatan atau tindakan pelecehan seksual tersebut secara tidak langsung telah melanggar hak asasi para korbannya karena korban telah kehilangan hak untuk merasakan hidup yang damai sehingga eksistensi dari tindakan atau perbuatan pelecehan seksual tersebut harus diwaspadai dan ditindak secara hukum.

Masyarakat pada umumnya sering kali menyalahkan korban dari pelecehan seksual tersebut karena dianggap mengunggah gambar dirinya yang dianggap menggairahkan dalam media sosialnya sehingga menimbulkan perilaku menyimpang pelecehan seksual tersebut, padahal pelecehan seksual tersebut terjadi karena kurangnya kesadaran dari pelaku tersebut sehingga secara terang-terangan Pelecehan seksual merupakan perilaku menyimpang yang meresahkan dan sering kali terjadi dalam interaksi penggunaan pada sosial media. Pelecehan seksual dianggap sebagai hasrat ataupun nafsu seseorang yang penyalurannya merupakan suatu hal yang salah dan tentu saja tidak diharapkan oleh korbannya dan dapat menyebabkan penderitaan secara psikis bagi korbannya.

2.2.7 Pelecehan Seksual di Media Sosial *Twitter*

Twitter sebagai media sosial menjadi sarana bagi seseorang untuk bebas berekspresi dengan memposting segala hal di akunnya. Beberapa orang merasa suka untuk menceritakan berbagai hal dalam bentuk *'tweet'* atau bahkan hingga dibuat menjadi *'thread'*. Demikian, hal ini tentunya memberikan ruang bagi para perempuan untuk dapat berekspresi menyatakan pendapat hingga memanfaatkan *platform* tersebut untuk bercerita mengenai berbagai hal, salah satunya yaitu terkait tindakan pelecehan seksual, baik yang pernah dialaminya atau hanya sekedar pengalaman orang lain (Marundha, dkk, 2022). Didukung dengan pernyataan dari Tan & Thomson (2000), lingkungan dalam media sosial *twitter* dapat mendukung seseorang untuk membagikan hal yang bersifat personal, sehingga terutama perempuan cenderung memilih *twitter* dibandingkan media

sosial lainnya untuk digunakan sebagai sarana dalam mengekspresikan diri. Dukungan dari lingkungan dan orang-orang dalam media sosial tersebut dapat mempengaruhi peranan wanita dalam menggunakan teknologi.

Penggunaan *twitter* memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan terkait hal-hal yang berhubungan dengan keadilan gender. Kondisi tersebut dapat dicerminkan melalui berbagai kejadian, dimana banyaknya perempuan *speak up* mengenai hak-hak perempuan dan mempersuasi perempuan lain untuk berani melakukan perubahan. Kesadaran dan pengalaman dari korban pelecehan seksual merupakan komponen utama guna menindaklanjuti kejadian pelecehan seksual (Schmitt and Martin, 1999). Dalam penggunaan media sosial sebagai sarana untuk menyuarakan dengan jujur, terbuka, dan tanpa rasa takut terkait pelecehan seksual, perempuan cenderung termotivasi dari postingan milik perempuan lain yang lebih awal untuk berani membagikan cerita yang serupa dan reaksi positif yang diberikan oleh orang lain dari postingan tersebut. Dengan banyaknya perempuan lain yang membagikan pengalaman yang sama dan perempuan lain yang turut memberikan pembelaan, membuat seorang perempuan tidak merasa sendirian karena merasa memiliki dukungan terhadap sesama perempuan. Ketika seseorang pernah merasakan menjadi korban, maka dirinya memiliki keinginan untuk melakukan perlawanan dan mengajak perempuan lain untuk melakukan perubahan. Munculnya media sosial dan aktivitas dalam dunia *online* telah membuat perubahan baru bagaimana aktivitas seseorang untuk melakukan perubahan (Armstrong and Mahone, 2017).

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi realitas sosial merupakan sebuah teori yang menggambarkan bagaimana sebuah realitas dipandang sebagai sebuah hasil dari konstruksi. Peter L. Berger dan Thomas Luckmann merupakan pencetus dari istilah realitas sosial dalam bukunya yang berjudul "*The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*." Melalui buku ini, dijelaskan bagaimana kedudukan manusia dan komunitasnya untuk proaktif dalam memunculkan suatu teori berdasarkan pengalamannya sehari-hari. Dalam kehidupan sehari-hari tersebut diperoleh berbagai pengalaman kehidupan yang nyata dan memiliki makna tertentu. Terdapat makna yang sifatnya subjektif yang dianggap benar karena keberadaannya sebagaimana yang dikonstruksi atau dipersepsi oleh manusia yang mengalaminya.

Menurut Berger & Luckmann (1991), realitas sosial terbagi menjadi tiga jenis yaitu sebagai berikut:

- Realitas Objektif

Realitas objektif merujuk pada kenyataan yang ada secara independen dari interpretasi individu atau kelompok tertentu. Dalam konteks ini, realitas objektif dianggap sebagai "dunia yang ada" yang dapat diukur, diamati, dan dipahami melalui metode ilmiah atau pengamatan obyektif. Contohnya, fenomena alam, fakta ilmiah, dan kejadian yang dapat diukur secara objektif adalah bagian dari realitas objektif. Realitas objektif ini bersifat terpisah dari pandangan dan interpretasi individu atau kelompok tertentu.

- Realitas Subjektif

Realitas subjektif merujuk pada pandangan dan interpretasi individu mengenai dunia yang berdasarkan pengalaman, persepsi, dan nilai-nilai mereka. Ini mencerminkan bagaimana orang melihat dan merespons dunia sekitar mereka berdasarkan latar belakang, kepercayaan, dan pengalaman pribadi mereka. Realitas subjektif ini bersifat unik bagi setiap individu dan dapat berubah seiring waktu seiring dengan perubahan pengalaman dan pengetahuan mereka. Misalnya, dua orang yang mengalami peristiwa yang sama dapat memiliki pandangan dan respons yang berbeda terhadap peristiwa tersebut karena realitas subjektif mereka yang berbeda.

- Realitas Kolektif

Realitas kolektif merujuk pada pandangan bersama, gagasan, nilai, norma, dan keyakinan yang diadopsi oleh kelompok atau masyarakat tertentu. Realitas kolektif ini terbentuk melalui proses sosialisasi dan interaksi sosial antara anggota kelompok yang sering diwariskan dan dipelihara melalui generasi. Realitas kolektif dapat mencakup gagasan-gagasan seperti budaya, agama, politik, dan tradisi yang dianggap sebagai bagian dari "realitas" masyarakat tersebut. Bagi anggota kelompok atau masyarakat yang terlibat, realitas kolektif ini sering kali dianggap sebagai norma atau kenyataan yang diterima secara umum.

Dalam sebuah masyarakat, realitas subjektif individu dan realitas kolektif masyarakat sering saling berhubungan dan mempengaruhi satu sama lain. Realitas subjektif individu dapat dipengaruhi oleh realitas kolektif yang dianggap sebagai

norma atau kenyataan, dan sebaliknya, pandangan kolektif masyarakat dapat dipengaruhi oleh pengalaman individu dan perspektif subjektif mereka. Dengan demikian, interaksi antara realitas objektif, realitas subjektif, dan realitas kolektif merupakan bagian penting dari pemahaman tentang bagaimana individu dan masyarakat mempersepsi dan memahami dunia di sekitar mereka.

Berdasarkan yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann (1991), konteks sosial menjadi hal yang penting karena dapat memberikan gambaran bagaimana perilaku dari individu atau sebuah komunitas. Hal tersebut dapat disebut dengan “sosiologi pengetahuan” yang merupakan sebuah pengetahuan sosiologi yang mempelajari terkait atensi terhadap terbentuknya suatu realitas atau kenyataan yang terjadi atau pernah dialami. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Berger dan Luckmann (1991), *The sociology of knowledge is concerned with the analysis of social construction of reality*. Berger dan Luckmann menjelaskan sosiologi pengetahuan yang bermula dari persepsi mengenai terminologi “realitas sosial.”

Realitas sosial merupakan suatu atribut yang berada dalam sebuah fenomena yang keberadaannya tidak tergantung pada kehendak diri (Berger dan Luckmann, 1991, p. 13). Dengan demikian, realitas sosial berada dalam kehidupan sehari-hari sehingga sifatnya dapat subjektif maupun objektif (Berger dan Luckmann, 1991, pp. 27-34). Menurut Berger dan Luckmann (1991), proses pembentukan realitas sosial adalah proses interaksi atau komunikasi antara manusia sebagai hasil dari sebuah komunitas, dan sebuah komunitas adalah hasil dari interaksi atau komunikasi dari manusia, sebagaimana yang disebut dengan “*Society*

is a human product” dan *“Man is a social product”* (Berger dan Luckmann, 1991, pp.79).

2.3.2 Teori Semiotika

2.3.2.1 Definisi Semiotika

Istilah semiotika berasal dari bahasa Yunani “*semeion*” yang berarti “tanda” atau “*seme*” yang berarti penafsiran tanda. Istilah ‘*semeion*’ ini sebelumnya berkembang berakar pada tradisi studi klasik dan skolastik atas seni retorika, poetika, dan logika. Nampaknya istilah ‘*semeion*’ itu diderivasikan dari istilah kedokteran hipokratik dan asklepiadik dengan perhatiannya pada simptomatologi dan diagnostik inferensial (Sinha, 1988:3). “Tanda” pada masa itu masih bermakna suatu hal yang menunjuk pada adanya hal yang lain, misalnya asap menandakan adanya api (Kurniawan, 2001: 49).

Semiotika adalah sebuah cabang keilmuan yang memperlihatkan pengaruh semakin penting sejak empat dekade yang lalu, tidak saja sebagai metode kajian (decoding), akan tetapi juga sebagai metode penciptaan (encoding). Semiotika telah berkembang menjadi sebuah model atau paradigma bagi berbagai bidang keilmuan yang sangat luas, yang menciptakan cabang-cabang semiotika khusus, diantaranya-Nya adalah semiotika binatang (*zoo semiotics*), semiotika kedokteran (*medical semiotics*), semiotika arsitektur, semiotika seni, semiotika fashion, semiotika film, semiotika sastra, semiotika televisi, dan termasuk semiotika desain (Piliang, 2003: 255). Pierce dalam Zoest 1993, mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang

tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, yaitu cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.

Tidak berbeda dengan Zoest, Fiske (2007: 282) juga memberi definisi semiotika adalah studi tentang pertanda dan makna dari sistem tanda, ilmu tentang tanda dan bagaimana makna dibangun dalam ‘teks’ media. Atau dengan kata lain studi tentang bagaimana tanda dari jenis karya apa pun dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna. Sementara Chandler (dalam Maras, 2002:115), mengartikan “Semiotics involves the study not only of what we refer as “sign” in everyday speech, but of anything which “stand for” anything else”. Dengan demikian, semiotika tidak dapat dibatasi hanya pada komunikasi alamiah atau sistem representasi seperti tuturan atau tulisan.

Beberapa definisi semiotika dari berbagai pakar, adalah ilmu yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia (Noth, 2006: 3 dan Larsen, 2012: 1). Artinya semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda, yaitu sesuatu yang harus kita beri makna. Dengan kata lain, apa yang ada dalam kehidupan kita dilihat sebagai “bentuk” yang mempunyai “makna” tertentu, tidak bersifat pribadi tetapi sosial, yakni didasari oleh “kesepakatan/konvensi” sosial (Noth, 2006: 59-60). Dalam perkembangan semiotika ada dua tokoh utama yang merupakan peletak dasar istilah tanda yaitu Charles Sanders Peirce (1834-1914) dan Ferdinand de Saussure (1857-1913). Peirce adalah ahli filsafat dan ahli logika sedangkan Saussure adalah ahli linguistik umum. Peirce mengusulkan kata semiotika sebagai sinonim kata logika. Menurutnya, logika harus mengajarkan bagaimana orang

Semiotika 25 bernalar. Penalaran itu, menurut hipotesis Peirce dilakukan melalui tanda-tanda. (Zoest, 1993: 2).

Selain dua tokoh tersebut, C.S. Morris menjelaskan tiga dimensi dalam analisis semiotika, yaitu dimensi sintaktik, semantik, dan pragmatik, yang ketiganya saling berkaitan satu sama lainnya. Sintaktik berkaitan dengan studi mengenai tanda itu sendiri secara individual maupun kombinasinya, khususnya analisis yang bersifat deskriptif mengenai tanda dan kombinasinya. Semantik adalah studi mengenai relasi antara tanda dan signifikasi atau maknanya. Dalam konteks semiotika struktural, semantik dianggap merupakan bagian dari semiotika. Pragmatik adalah studi mengenai relasi antara tanda dan penggunaannya (interpreter), khususnya yang berkaitan dengan penggunaan tanda secara konkret dalam berbagai peristiwa (discourse) serta efek atau dampaknya terhadap pengguna. Ia berkaitan dengan nilai (value), maksud dan tujuan dari sebuah tanda, yang menjawab pertanyaan: untuk apa dan kenapa, serta pertanyaan mengenai pertukaran dan nilai utilitas tanda bagi pengguna. Klasifikasi Moris ini sangat penting dalam penelitian desain oleh karena ia dapat menjelaskan tingkat sebuah penelitian, apakah pada tingkat sintaktik (struktur dan kombinasi tanda), tingkat semantik (makna sebuah tanda atau teks) atau tingkat pragmatik (penerimaan dan efek tanda pada masyarakat) (Piliang, 2003: 256).

Preminger berpendapat bahwa semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu yang menganggap bahwa fenomena sosial dan budaya merupakan tanda-tanda. Semiotika mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Pradopo, 2003:119).

Semiotika mengeksplorasi bagaimana makna yang terbangun oleh teks telah diperoleh melalui penataan tanda dengan cara tertentu 26 Tokoh dan Teori Semiotika dan melalui penggunaan kode-kode budaya (Barker, 2004). Menurut Culler (1981), semiotika adalah instrumen pembuka rahasia teks dan penandaan, karena semiotika adalah puncak logis dari apa yang disebut Derrida sebagai “logosentrisme”. Budaya Barat: rasionalisme yang memperlakukan makna sebagai konsep atau representasi logos yang merupakan fungsi tanda sebagai ekspresi (dalam Kurniawan 2001:12).

Semiotika sering diartikan sebagai ilmu signifikansi, dipelopori oleh dua orang, yaitu ahli linguistik Swiss, Ferdinand De Saussure (1857-1913) dan seorang filosof pragmatism Amerika, yaitu Charles Sander Peirce (1839-1914). Kedua tokoh tersebut mengembangkan ilmu semiotika secara terpisah dan tidak mengenal satu sama lain. Saussure di Eropa dan Pierce di Amerika Serikat. Latar belakang keilmuan Saussure adalah linguistik, sedangkan Pierce filsafat. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkan semiologi. Semiologi menurut Saussure, didasarkan pada anggapan bahwa selama perbuatan dan tingkah laku manusia membawa makna atau selama berfungsi sebagai tanda, harus ada di belakangnya system perbedaan dan konvensi yang memungkinkan makna itu. Di mana ada tanda di situ ada system (Hidayat, 1988: 26 dalam nawiroh). Pada sisi lain Peirce menyebut ilmu yang dibangunnya semiotika (semiotics). Bagi Peirce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya, manusia hanya dapat bernalar lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan semiotika dapat ditetapkan pada segala macam tanda (Berger, 2000: 4). Dalam

perkembangan selanjutnya, istilah semiotika (Peirce) lebih populer daripada istilah semiologi (Saussure).

Pengembangan semiotika sebagai bidang studi ditetapkan dalam pertemuan Vienna Circle yang berlangsung di Universitas Wina Semiotika 27 tahun 1922. Di Wina Circle, sekelompok sarjana menyajikan sebuah karya berjudul “International Encyclopedia”. Semiotika dikelompokkan menjadi tiga bagian ilmu tentang tanda:

1. *Semantics*, yang mempelajari bagaimana sebuah tanda berkaitan dengan yang lain.
2. *Syntactics*, yang mempelajari bagaimana sebuah tanda memiliki arti dengan tanda yang lain.
3. *Pragmatics*, yang mempelajari bagaimana tanda digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Sedangkan studi tentang bagaimana mengorganisasikan system tanda-tanda dan penggunaannya disebut *syntactics* dan *pragmatic codes*. *Syntactic* mempelajari bahwa sebuah tanda mempunyai arti bila dikaitkan dengan tanda yang lain dalam sebuah aturan formasi, atau disebut sebagai tata bahasa. Sebaliknya, *pragmatics* mempelajari bahwa sesuatu memiliki arti tergantung pada kesepakatan sehari-hari sebuah komunitas. Misalnya, kata *clean* bagi kelompok penggemar tato adalah bagian tubuh yang belum di tato, sedangkan bagi komunitas lain kata *clean* berbeda maknanya.

Berdasarkan lingkup pembahasaannya, semiotika dibedakan atas tiga macam sebagai berikut:

1. Semiotika Murni

Pure semiotic membahas tentang dasar filosofis semiotika, yaitu berkaitan dengan metabahasa, dalam arti hakikat bahasa secara universal. Misalnya, pembahasan tentang hakikat bahasa sebagaimana dikembangkan oleh Saussure dan Peirce.

2. Semiotika Deskriptif

Descriptive semiotic adalah lingkup semiotika yang membahas tentang semiotika tertentu atau bahasa tertentu secara deskriptif.

3. Semiotika Terapan

Applied semiotic adalah lingkup semiotika yang membahas tentang penerapan semiotika pada bidang atau konteks tertentu, misalnya dengan kaitannya dengan sistem tanda sosial, sastra, komunikasi, periklanan, dan lain sebagainya.

2.3.1.2 Semiotika Model Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce lahir di Cambridge, Massachusetts pada tahun 1890. Charles Sanders Peirce lahir dari keluarga intelektual. Charles kuliah di Universitas Harvard dan mengajar tentang logika dan filsafat di Universitas Johns Hopkins dan Harvard. Semiotika adalah metode ilmiah atau analitis untuk mempelajari tanda-tanda. Tanda adalah sarana yang digunakan seseorang untuk mencari jalan di dunia ini, antara manusia dan dengan manusia. Semiotika, atau semiologi dalam istilah Barthes, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana manusia memahami sesuatu (sebagai makna), dalam hal ini bukan sebagai komunikasi (communication). Prinsip dasar sifat tanda Charles Sanders Peirce adalah sifat

representasional dan interpretatif. Keterwakilan tanda berarti bahwa tanda itu adalah sesuatu yang lain, sedangkan sifat interpretatif berarti bahwa tanda itu menawarkan kemungkinan-kemungkinan yang dapat ditafsirkan tergantung pada pengguna dan penerimanya. Ada tiga bidang penelitian dalam semiotika:

- 1) Jelajahi tanda yang berbeda, cara yang berbeda untuk mengungkapkan makna, dan bagaimana tanda berhubungan dengan orang yang menggunakannya.
- 2) Sistem atau kode studi yang mencakup cara di mana kode yang berbeda telah dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan sosial atau budaya.
- 3) Budaya di mana kode dan tanda beroperasi bergantung pada penggunaan kode dan tanda.

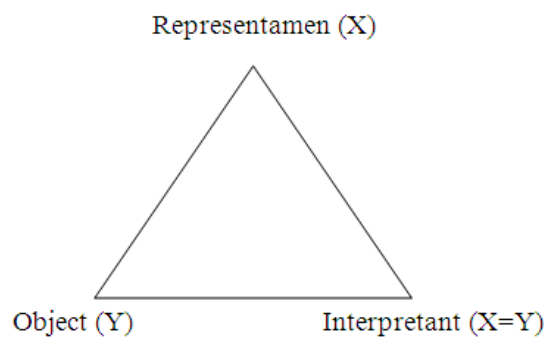
Teori semiotik Charles Sanders Peirce sering disebut "teori besar" karena gagasannya merupakan deskripsi struktural yang komprehensif dari semua makna. Peirce ingin mengidentifikasi partikel-partikel dasar tanda dan menggabungkan komponen-komponen tersebut menjadi satu struktur. Charles Sanders Peirce dikenal dengan model tripartit dan konsep trikotominya yang terdiri dari:

- 1) Representamen adalah hal yang bentuknya ada, jelas, secara fisik dan dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan suatu hal yang menunjukkan hal lain diluar tanda itu sendiri.
- 2) Objek adalah sesuatu yang berhubungan dengan figur atau konteks sosial yang menjadi sebuah referensi dari tanda atau suatu hal yang merujuk pada sebuah tanda.

- 3) *Interpretant* adalah sebuah interpretasi, penafsiran, pemahaman mengenai tanda itu sendiri.

Untuk mengilustrasikan model *triadic* Charles Sanders Peirce, dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2. 1 *Triangle Meaning*



Saat memeriksa suatu objek mempertimbangkan ketiga konsep trikotomi yaitu sebagai berikut:

- 1) Representamen atau tanda adalah bentuk fisik atau sesuatu yang dapat ditangkap oleh panca indera dan berhubungan dengan sesuatu. Trikotomi pertama dibagi menjadi tiga bagian.
 - *Qualisign* adalah tanda yang menjadi tanda alam. Misalnya sifat warna merah merupakan tanda kualitas, karena dapat digunakan sebagai tanda cinta, bahaya atau larangan.
 - *Sinsign* adalah tanda yang menjadi tanda karena bentuk atau penampilannya. Semua pernyataan individu bisa menjadi tanda teriakan, kejutan, kegembiraan atau rasa sakit.

- *Lesign* adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan suatu peraturan yang berlaku umum, suatu konvensi, suatu kode. Semua tanda-tanda bahasa adalah legisign, sebab bahasa adalah kode, setiap legisign mengandung di dalamnya suatu sinsign, suatu second yang menghubungkan dengan third, yakni suatu peraturan yang berlaku umum.

2) Objek dan tanda diklasifikasikan menjadi simbol (Icon), indeks (Index) dan simbol (Symbols).

- Ikon adalah tanda yang menyerupai benda yang diwakilinya atau suatu tanda yang menggunakan kesamaan atau ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkannya. Misalnya, kesamaan sebuah peta dengan wilayah geografis yang digambarkannya, foto, dan lain-lain.
- Indeks adalah tanda yang sifat tandanya tergantung pada keberadaannya suatu denotasi, sehingga dalam terminologi peirce merupakan suatu secondness. Indeks, dengan demikian adalah suatu tanda yang mempunyai kaitan atau kedekatan dengan apa yang diwakilinya.
- Simbol adalah suatu tanda, di mana hubungan tanda dan denotasinya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau ditentukan oleh suatu kesepakatan bersama.

3) Interpretan, tanda dibagi menjadi rheme, dicisign, dan argument.

- Rheme, bilamana lambang tersebut interpretannya adalah sebuah first dan makna tanda tersebut masih dapat dikembangkan.

- *Dicisign* (*dicentsign*), bilamana antara lambang itu dan interpretannya terdapat hubungan yang benar ada.
- *Argument*, bilamana suatu tanda dan interpretannya mempunyai sifat yang berlaku umum (merupakan *thirdness*).

2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2019), kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Pada penelitian ini, yang menjadi fokus utama yaitu konstruksi makna isu pelecehan seksual pada postingan *Twitter public figure* akun Amanda Zahra. Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah *thread* pada akun *Twitter* milik Amanda Zahra yang diposting pada tanggal 1 April 2023. Fenomena yang menarik sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini yaitu terdapat banyak simbol atau tanda pada kalimat-kalimat yang dituliskan sang *public figure*, Amanda Zahra, dalam bentuk *thread* di akun *Twitter* pribadi miliknya yang menjelaskan terkait pelecehan seksual yang dialaminya.

Dalam menganalisis secara mendalam pada penelitian ini, maka peneliti perlu mengetahui berbagai makna yang terdapat pada setiap kalimat yang dituliskan dalam *thread* di akun *Twitter* milik Amanda Zahra. Oleh karena itu, peneliti menggunakan analisis semiotika. Proses pemaknaan dalam semiotika dikenal dalam sebutan *semiosis*, di mana Charles Sanders Peirce menggambarkan sebagai suatu penyerapan yang dilihat oleh alat indera manusia yang kemudian akan

diolah oleh kognisi. Teori Semiotika yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori semiotika dari Charles Sanders Peirce yang mengkaji tanda-tanda dan pemaknaannya menggunakan tiga komponen yaitu representamen, objek, dan interpretan.

Representamen berupa simbol atau kata-kata yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu gagasan atau pesan. Sedangkan objek fenomena atau keadaan yang dijelaskan atau diungkapkan oleh representamen. Kemudian, interpretan adalah makna atau pemahaman yang dihasilkan oleh individu yang membaca atau mendengarkan kalimat.

Gambar 2. 2 Kerangka Pikir

