

TESIS

**KONSTRUKSI IDENTITAS MELANIA TRUMP SEBAGAI IBU
NEGARA AMERIKA SERIKAT DI INSTAGRAM DAN THE NEW
YORK TIMES (ANALISIS WACANA KRITIS)**

*(THE CONSTRUCTION OF MELANIA'S TRUMP IDENTITY AS THE FIRST LADY
OF UNITED STATES OF AMERICA IN INSTAGRAM AND THE NEW YORK TIMES
CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS)*

YUNI PERMATA SARI

E022171024



**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

**KONSTRUKSI IDENTITAS MELANIA TRUMP SEBAGAI IBU NEGARA AMERIKA
SERIKAT DI INSTAGRAM DAN THE NEW YORK TIMES
(ANALISIS WACANA KRITIS)**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi
Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh

Yuni Permata Sari
E022171024

PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN

2020

TESIS

KONSTRUKSI IDENTITAS MELANIA TRUMP SEBAGAI IBU
NEGARA AMERIKA SERIKAT DI INSTAGRAM DAN THE NEW
YORK TIMES (ANALISIS WACANA KRITIS)

Disusun dan diajukan oleh

YUNI PERMATA SARI

Nomor Pokok : E022171024

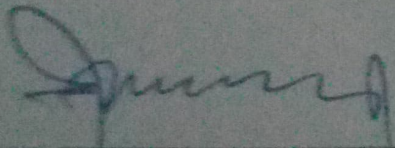
telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis

pada tanggal 30 November 2020

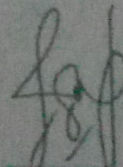
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui

Komisi Penasihat

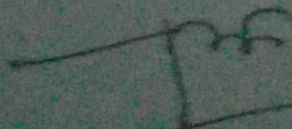


Prof. Dr. A. Alimuddin Unde, M.Si.
Ketua



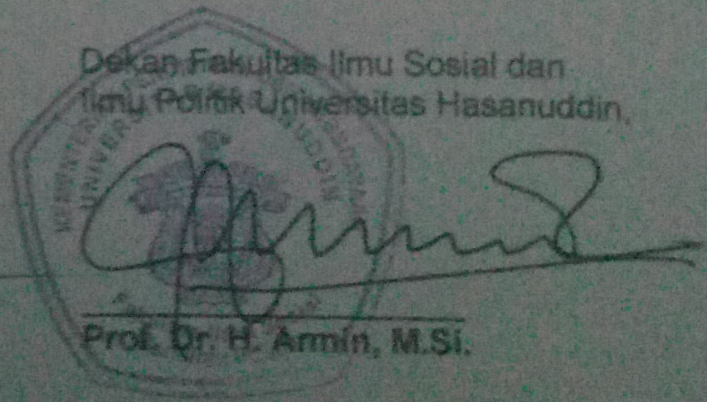
Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si.
Anggota

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. H. Armin, M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuni Permata Sari

NIM : E022171024

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pemikiran orang lain.

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 30 November 2020

METERAI
TEMPEL : menyatakan
D24B8AHF787316276
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Yuni Permata Sari

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan ridho-Nya, sehingga tesis yang berjudul ***“Konstruksi Identitas Melania Trump sebagai Ibu Negara Amerika Serikat di Instagram dan The New York Times (Analisis Wacana Kritis)”*** ini dapat diselesaikan.

Tesis ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar akademik M.Ikom (Magister Ilmu Komunikasi) di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin. Penyelesaian tesis ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan beberapa pihak. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan terima kasih serta rasa hormat yang mendalam kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta, Ayahanda Badarudin Antono dan Ibunda Rahmawati Sribulan beserta adik Satrio Yudho Pangestu atas doa dan dukungan yang diberikan selama ini
2. Prof. Dr. Alimuddin Unde, M.Si dan Dr. Tuti Bahfiarti, M.Si selaku pembimbing atas segala saran, kritik, motivasi serta waktu yang diluangkan untuk membimbing Penulis. Begitu pula dengan ilmu-ilmu yang diberikan semasa menjalani perkuliahan.
3. Dr. H. Muh. Iqbal Sultan, M.Si, Dr. Hasrullah, MA dan Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos.,M.Si selaku penguji yang banyak memberikan masukan dan saran membangun demi kebaikan tesis Penulis.
4. Ketua program studi Ilmu Komunikasi, Dr. H. Muhammad Farid, M.Si atas bantuan, bimbingan dan sarannya selama ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Ilmu Komunikasi atas ilmu, pengalaman dan diskusi menarik yang diberikan mulai dari awal perkuliahan hingga akhir
6. Teman-teman seperjuangan Pascasarjana Ilmu Komunikasi 2017, khususnya teman-teman Kompas B atas pengalaman, cerita dan

kekompakan yang terjalin selama masa perkuliahan dan Insya Allah akan selalu terjalin silaturahmi antara kita semua. Terima kasih banyak untuk segala bantuan, dukungan dan juga canda tawa semasa perkuliahan kemarin.

7. Semua pihak yang selalu mendukung, memberi motivasi serta teman diskusi selama pengerjaan tesis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam.

Penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan yang ada dalam tulisan ini. Oleh karenanya, Penulis mengharapkan saran maupun kritik untuk kebaikan tulisan ini. Semoga, diluar segala kekurangan yang ada, tulisan ini dapat menjadi ilmu bagi para pembaca di luar sana.

Hormat Saya,

Yuni Permata Sari

ABSTRAK

YUNI PERMATA SARI. *Konstruksi Identitas Melania Trump sebagai Ibu Negara Amerika Serikat di Instagram dan The New York Times: Analisis Wacana Kritis* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Tuti Bahfiarti).

Penelitian ini bertujuan memahami Melania Trump mengonstruksi dan dikonstruksi sebagai Ibu Negara Amerika Serikat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan stilistika feminis dari Sara Mills dan teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann. Pendekatan tersebut diaplikasikan untuk menunjukkan representasi identitas Melania sebagai subjek dan objek teks. Sampel yang digunakan merupakan 4 unggahan akun @flotus dan 3 artikel The New York Times. Sampel memuat kunjungan solo Melania ke Afrika selama lima hari sehingga dapat memberi gambaran yang jelas cara Melania menjalankan perannya sebagai Ibu negara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Melania mengonstruksi dirinya sebagai Ibu negara yang elegan, positif, dan apresiatif. Akan tetapi, secara tersirat unggahan akun @flotus menunjukkan Melania sebagai karakter yang mawas diri. Hal ini dipengaruhi oleh realitas sosial yang terkait dengan perempuan. Adapun, The New York Times mengonstruksi Melania sebagai Ibu negara yang acuh, kurang dalam pengetahuan/pemahaman, pasif, dan bergantung. Konstruksi negatif ini turut dipengaruhi oleh bias media terhadap perempuan dan ideologi patriarkis yang berkembang di masyarakat. Tampilan visual akan selalu menjadi bagian dari perempuan, khususnya mereka yang berada di peran Melania. Masyarakat akan selalu memperhatikan visualitas ketika mereka membahas perempuan dibandingkan dengan aspek intelektual.

Kata kunci: Melania Trump, Ibu negara, identitas, konstruksi



ABSTRACT

YUNI PERMATA SARI. *The Identity Construction of Melania Trump as First Lady of United States of America in Instagram and New York Times (A Critical Discourse Analysis* (supervised by Andi Alimuddin Unde and Tuti Bahfiarti)

The research aimed to comprehend how Melania Trump constructed and was constructed as the First Lady of USA.

The primary approach used was Sara Mill's feminist stylistics and Berger and Luckmann's Social Reality Construction theory. The approach was Applied to indicate Melania' identity representation as the text subject and object. Samples used were 4 postings of @flotus account and 3 articles of the New York Times. The samples included Melania's solo visit to Africa for 5 days, so that they could describe clearly how Melania played her role as the First Lady.

The research result indicates that Melania constructs herself as the elegant, positive, and appreciative First Lady. However, implicitly the postings indicate that Melania is the introspective character. This is affected by the social reality related to the women. Meanwhile, the New York Times constructs Melania as the ignorant, lack of understanding/comprehension, passive, and dependent First Lady. The negative construction is affected by the media bias on the women and patriarchal ideology developing in the community. The visual appearance will always become an extended part of the women particularly those being in the Melania's shoes. The community will always pay attention on the visuality when discussing the women compared with the intellectual aspect.

Key words: Melania Trump, First Lady, identity, construction



DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep	14
1. Konsep Media Baru	14
2. Identitas Sosial Diri	27
3. Konsep dan Jenis-jenis Makna	32
4. Analisis Wacana Kritis	36
5. Aliran Feminis	51
B. Kajian Teori	59
1. Teori Konstruksi Realitas Sosial.....	59
2. Teori Interaksi Simbolik	64
3. Teori Kritis	68
C. Hasil Riset yang Relevan	74
D. Kerangka Konseptual	77

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian.....	79
B. Pendekatan Penelitian	79
C. Jenis dan Sumber Data	79
D. Teknik Pengambilan Data	80
E. Teknik Analisis Data.....	82

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Penelitian	85
1.	Biografi Melania Trump	85
2.	Popularitas Instagram di AS	88
3.	Nytimes.com	90
B.	Hasil Penelitian	91
1.	Kategorisasi Isu/Topik Konten.....	91
2.	Konstruksi Identitas pada Akun @Flotus	99
3.	Konstruksi Identitas pada Nytimes.com	108
C.	Pembahasan	
1.	Karakteristik Konten Instagram dan Nytimes.com	120
2.	Realitas Sosial Akun @Flotus	130
3.	Realitas Sosial Nytimes.com	146

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan	159
B.	Saran	160

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan yang cukup signifikan bagi rutinitas maupun proses interaksi sehari-hari. Kita tengah berada dalam era media baru, yakni sebuah produk evolusi teknologi yang menghadirkan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi hingga interaksi jarak jauh tanpa harus menyertakan fisik. Perkembangan media menuntut masyarakat dari berbagai kalangan, baik perorangan maupun berbentuk institusi/lembaga agar lebih adaptif dalam menyikapi kemajuan yang ada. Penyesuaian perlu dilakukan agar tidak tenggelam di tengah-tengah arus kemajuan globalisasi.

Wajar apabila banyak institusi media mainstream yang merambah ke dunia digital tanpa meninggalkan orisinalitas produk publikasi dalam bentuk *digital printing*/surat kabar cetak. Institusi media mainstream memperluas jangkauannya dengan menggunakan layanan digital sebagai sarana promosi maupun publikasi berita. Kemajuan juga ditandai dengan hadirnya beragam *platform* media sosial yang tengah menjamur di masyarakat saat ini. Mulai dari Instagram, Twitter, Facebook hingga TikTok dibuat untuk memenuhi

kebutuhan interaksi publik digital. Hanya saja, berbagai jenis media sosial ini dikembangkan agar dapat berfungsi lebih dari sekedar alat interaksi biasa.

Media sosial ramai digunakan sebagai alat aktualisasi dan kreativitas penggunaannya. Bahkan, sekarang juga digunakan sebagai salah satu alat promosi dan transaksi bisnis yang mudah. Unggahan yang dibagikan juga beragam, mulai dari foto pribadi, video, tulisan-tulisan puitis, hingga meme/parodi lucu. Tentu saja, penggunaan media sosial tidak terbatas pada area tersebut, bukan lagi hal yang asing untuk diketahui bahwa media sosial juga dimanfaatkan dalam menyampaikan aspirasi, terobosan, protes, hingga kritik.

Banyak gerakan-gerakan sosial hingga kampanye politis dilakukan melalui media sosial. Ini didukung oleh banyaknya fitur menarik yang ditawarkan oleh platform media sosial serta mudah untuk digunakan. Sebut saja, *live* Instagram atau facebook yang menyiarkan langsung kegiatan penggunaannya serta dapat di tonton oleh jutaan orang dimana saja. Oleh karenanya, media tidak peduli apapun bentuknya, tetap berperan besar dalam mengontrol perilaku serta opini publik. Media memiliki kontrol terhadap distribusi opini serta pembentukan realitas sosial. Media lama maupun baru sama-sama memiliki kontrol sosial terhadap masyarakat sebagaimana diungkapkan oleh Tuchman (dalam Curran & Gurevitch, 1991). Media memiliki kekuasaan untuk menentukan agendanya sendiri, apakah agenda

media ditujukan untuk memenuhi agenda khalayak, atau sebaliknya. Agenda khalayak dipaksa untuk mengikuti agenda media dengan mengarahkan opini publik melalui konten media yang ditampilkan. Dengan demikian, konstruksi media dapat bersifat positif maupun negatif.

Sebagaimana dituang dalam bukunya, Andi Alimuddin Unde (2015: 3) menyebutkan bahwa media massa dapat menjadi infrastruktur kekuasaan bagi kelompok-kelompok tertentu. Dilemma kemudian muncul ketika media massa diperhadapkan dengan benturan antara kepentingan institusi media dan kebutuhan informasi masyarakat sosial. Banyaknya kepentingan yang perlu diakomodir oleh media massa lebih kurang turut mempengaruhi objektivitas media massa dalam hal publikasi.

Pembahasan terkait media baik baru maupun lama, dapat dikaitkan dengan banyak aspek dalam realitas sosial sehari-hari. Salah satu pembahasan media yang kerap menjadi topik hangat adalah diskusi terkait hubungan media dan perempuan. Hubungan antara media dan perempuan telah menjadi sebuah tema hangat untuk bertahun-tahun lamanya. Representasi perempuan dalam media oleh banyak kalangan dianggap menghadirkan bias yang besar. Ketimpangan nilai publikasi antara pria dan perempuan menjadi salah satu faktor bertahannya ideologi patriarkis di masyarakat. Media memiliki andil dalam “menjaga” paradigma lama terhadap

perempuan. Dengan demikian, untuk merubah *stereotype* di masyarakat, media juga perlu merubah tatanan penggambarannya.

Keberadaan media baru sebenarnya membawa angin segar bagi pergerakan kaum perempuan dalam mengekspresikan diri mereka. Mengingat perempuan tidak diberi ruang yang setara untuk mengaktualisasikan diri. Sebagai contoh, kampanye *self love* maupun *woman empowerment* yang disuarakan oleh kaum perempuan di berbagai media sosial seperti instagram dan twitter adalah wujud dukungan terhadap sesama kaum perempuan untuk lebih percaya diri dalam menerima diri mereka sendiri. Stereotipe masyarakat yang memetakan standar kecantikan perempuan dalam kelas-kelas visual tertentu seperti tinggi, putih, langsing, mulus, dan lain sebagainya secara tidak sadar telah menjadi patokan setiap perempuan untuk mendefinisikan kecantikan mereka. Belum lagi, iklan-iklan yang beredar di TV menggaungkan kulit putih, mulus, bebas jerawat merupakan beberapa kriteria kecantikan mendorong banyak kaum perempuan untuk merubah diri mereka sedemikian rupa.

Perempuan harusnya tidak boleh lagi dibelenggu stereotipe yang diciptakan oleh realitas masyarakat yang memetakan perempuan khususnya secara visual, seperti gendut atau kurus; putih atau hitam; tinggi atau pendek dan masih banyak lagi. Kehadiran media baru sebenarnya dapat menjadi alat efektif bagi perempuan untuk membentuk sebuah persepsi baru di

masyarakat tentang nilai-nilai perempuan. Sebab, platform media sosial lebih membebaskan perempuan dalam hal mengekspresikan diri mereka dalam berbagai aspek. Tentu saja, semua merupakan bentuk konstruksi pengguna untuk menampilkan apa yang ingin mereka tampilkan pada publik. Untuk sebagian kalangan atau identitas dengan peran yang kecil, mungkin konstruksi identitas melalui media sosial tidak menjadi sebuah prioritas. Akan tetapi, bagi identitas-identitas dengan peran yang besar, konstruksi identitas adalah sebuah alat komunikasi strategis untuk membentuk citra mereka di publik.

Perkembangan media yang disebut di atas, memberi ruang pembahasan baru dalam menjelaskan keterikatan media dan perempuan. Pertama, media bisa menjadi alat untuk mengubah kultivasi opini patriarkis dan marginalisasi kaum perempuan yang berkembang sejauh ini di masyarakat atau justru memperparah realitas yang telah terbentuk tentang kaum perempuan. Kedua, kebebasan berekspresi yang menjangkau berbagai *platform* media sosial menyediakan kesempatan besar bagi kaum perempuan untuk membentuk realitas baru dan menggeser realitas lama. Media dapat menggambarkan perempuan dan laki-laki dalam tingkat yang setara di luar perspektif tradisional tanpa menggunakan bahasa seksisme sebagaimana dijelaskan oleh Zoonan (dalam Curran & Gurevitch, 1991).

Kondisi di atas mungkin tidak begitu nampak pada identitas-identitas dengan peran kecil di lingkungan yang kecil. Akan tetapi, kondisi tersebut dapat menjadi cerita menarik ketika dibawa ke lingkungan yang lebih besar dengan peran yang besar pula. Peran seseorang dalam sebuah lingkungan sosial ikut serta mempengaruhi perkembangan serta pembentukan identitasnya. Peran yang dimiliki membentuk identitas baru dalam realitas sosial yang baru pula. Identitas diri mengalami proses konstruksi maupun rekonstruksi berdasarkan peran dan realitas sosial yang dimasuki. Konstruksi yang dilakukan bukan hanya oleh yang bersangkutan saja, namun juga dilakukan oleh pihak lain. Tentu saja, ini bukan hal yang baru bagi kita semua. Media banyak melakukan konstruksi identitas bagi sejumlah tokoh publik, baik positif maupun negative. McLuhan (dalam Taylor dan Harris, 2008) menyebutkan bahwasanya media telah menciptakan lingkungan teknologi sebagai respon terhadap perubahan teknologi dan menentukan karakteristik masyarakat melalui konten atau pesan-pesan tertentu. Misalnya, bagaimana media menggambarkan sosok perempuan yang beridentitas sebagai Ibu Negara seperti Melania Trump.

Sejak Donald Trump menyatakan dirinya sebagai kandidat calon Presiden Amerika 2016-2021, Melania Trump menarik begitu banyak perhatian mata publik. Deklarasi Trump juga memicu berbagai pemberitaan kontroversi terkait Melania, dimana pemberitaan tersebut didominasi oleh isu-

isu rasis serta karir Melania sebagai model beberapa majalah dewasa. Apabila sebelumnya Melania tidak begitu menjadi pusat perhatian, kontestasi politik AS pada 2016 silam telah merubah hal tersebut. Kini, Melania menjadi salah satu figur yang menyedot bayak perhatian publik.

Majalah New York Post pada edisi Minggu, 31 Juli 2016 lalu sempat memuat foto vulgar Melania Trump ketika masih menjadi model pada tahun 1995, bahkan foto tersebut dijadikan sampul utama dengan *headline* “*Exclusive Photos, You’ve never seen a potential First Lady like this*”. Secara linguistik, gambar dan *headlines* yang tertera pada halaman mengandung fragmentasi Melania sebagai objek untuk kelompok pria khususnya. Foto ini kemudian di retekstualisasi oleh banyak media dan menyebar cepat dengan judul dan isi berita yang tidak jauh berbeda.

Pasca terpilihnya Donald Trump sebagai Presiden baru AS, Melania Trump menggegerkan publik mancanegara melalui pidatonya pada pada konverensi Partai Republik tahun 2016. Pidato Melania terdengar hampir menyerupai pidato yang dibawakan Michelle Obama pada acara serupa yakni konverensi partai democrat di tahun 2008 silam. Sontak, Melania menghiasi berbagai halaman platform media. Peristiwa ini lebih kurang memicu keraguan publik Amerika tentang kelayakan Melania Trump menyandang status sebagai ibu Negara mereka. Melania berdalih bahwa pidato tersebut dibuat oleh staf ibu Negara dan tidak tahu menahu perihal

duplikasi antara pidato miliknya dan Michelle Obama. Sayangnya, pembelaan yang dilontarkan Melania tidak mampu meredam kritik tajam publik.

Sebelum Donald Trump terpilih sebagai Presiden baru AS pada 2016, publik tidak begitu menyoroti seorang Melania Trump. Sebagai seorang model dan istri salah satu pebisnis terkaya di dunia, nama Melania tidak begitu gaung di kalangan media massa. Namun, setelah Trump memenangkan pemilu AS dan Melania otomatis menyandang gelar Ibu Negara terpilih, Melania menarik begitu banyak perhatian publik. Siapakah Melania sebenarnya? Melania Trump merupakan Ibu Negara Amerika Serikat ke-45. Sebelum berkewarganegaraan AS pada tahun 2006, Melania merupakan keturunan Slovenia dan istri ketiga Donald Trump. Karirnya sebagai model dimulai sejak berumur 16 tahun. Meniti karir sebagai model menghantarkan pertemuannya dengan Trump pada tahun 1998, keduanya kemudian bertunangan pada tahun 2004. Tahun 2005 Donald dan Melania menikah.

Transisi identitas seorang Melania dari sosialita dan model kelas atas Hollywood menjadi figur Ibu Negara Negara sekelas Amerika Serikat tentu saja tidak mudah. Penelitian ini dibuat untuk menunjukkan bagaimana proses transisi ini berlangsung melalui konstruksi identitas Melania Trump sebagai Ibu Negara Amerika Serikat. Penelitian ini dibuat tidak hanya menghadirkan perspektif Melania sebagai subjek yang mengkonstruksi dirinya sendiri

dengan menggunakan media sosial, namun juga sebagai objek konstruksi media massa digital. Apakah upaya Melania dalam membangun citra dirinya mampu menggeser realitas sosial yang telah ada tentang Melania atau justru tidak mampu menandingi konstruksi yang dilakukan oleh media oposisi.

Selama dua tahun menjabat sebagai Ibu Negara yang baru, Melania menjadi topik begitu banyak berita kontroversial. Di tahun kedua (2018) kepemimpinannya, ada berbagai peristiwa yang terjadi. Beberapa di antaranya adalah Memasuki tahun kedua sebagai Ibu Negara, banyak hal-hal yang menandai perjalanan transisi Melania dari model, sosialita Hollywood dan istri pebisnis tersohor di Amerika menjadi wajah kedua yang mewakili rakyat Amerika. Sebagaimana dilansir dari biography.com, ada beberapa peristiwa penting di tahun 2018 antara lain; isu perselingkuhan Donald Trump pada masa kampanye yang membuat Melania menghindar dari sorot kamera untuk meredam berita tersebut di awal tahun 2018. Melania bahkan memutuskan untuk tidak mendampingi Donald Trump pada acara Forum Ekonomi Dunia di Swiss sehingga memicu spekulasi pertengkaran di antara presiden dan ibu Negara. *Launching* program unggulan Melania yakni *Be Best*, sebuah kampanye kemanusiaan yang berfokus pada tiga hal; kesejahteraan anak dan perempuan, penggunaan opium dikalangan generasi muda dan penggunaan media sosial secara positif.

Beberapa alasan yang bisa menjelaskan bias pemberitaan dan penolakan terhadap Melania adalah; Pertama, sosok Donald Trump sendiri sudah cukup menimbulkan kontroversi sejak mencalonkan diri sebagai Presiden AS. Imbasnya adalah Melania dan keluarga Donald Trump ikut menjadi bulan-bulanan media. Kedua, Melania menjadi Ibu Negara kedua yang bukan berkewarganegaraan Amerika. Melania merupakan keturunan Slovenia yang bermigrasi ke AS. Bahkan banyak yang masih meragukan legalitas Melania sebagai pekerja pendatang di Amerika.

Ketiga, identitas Melania selama ini identik dengan kehidupan glamor dan sensualitas yang beredar dimana-mana. Tidak heran banyak pihak menyangsikan kemampuan Melania untuk beradaptasi dengan peran Ibu Negara nantinya. Apakah Melania mampu mengubah gambaran dirinya yang terlanjur melekat dengan kuat atau Apakah Melania mampu menghadirkan gagasan-gagasan cerdas dan menjadi pendamping yang kompeten untuk Donald Trump.

Tulisan ini menjadikan Melania Trump sebagai objek penelitian dengan mempertimbangkan hal-hal yang telah diuraikan di atas. Lebih lanjut, melalui penelitian ini tergambar bagaimana identitas yang dimiliki oleh seseorang dalam sebuah lingkungan sosial mampu memberikan sorotan besar yang tidak terjadi ketika ia masih beridentitas lain. Melani Trump juga merupakan salah satu gambaran feminis liberal yang tengah berupaya mencari tempat

pas untuk identitas barunya. Bagaimana Melania dapat mengubah realitas yang ada tentang dirinya tanpa harus mengubah sebagian besar dari identitas yang selama ini ia bawa. Penelitian ini menunjukkan bagaimana transisi perubahan yang dialami identitas tidak selamanya berjalan mulus, dalam proses ini penguatan karakter dan konstruksi citra diri dipengaruhi oleh banyak sekali faktor internal maupun eksternal. Kaum perempuan diperhadapkan pada situasi ganda dimana ia harus bisa menunjukkan potensi yang dimilikinya sembari menyesuaikan diri dengan pola pikir tradisional.

Penelitian ini dibuat dengan menampilkan Melania sebagai subjek dan objek konstruksi dalam dua media yang berbeda, yakni Instagram dan *the New York Times*. Akan tetapi, penelitian ini tidak dimaksudkan untuk membandingkan penggambaran Melania dalam kedua media tersebut. Sebab, keduanya tidak parallel satu sama lain untuk diperbandingkan. Penelitian ini hanya akan berfokus pada konstruksi masing-masing media.

Mengapa instagram dan *the new York times*? Sebagaimana dilansir dari statista.com, sebuah perusahaan survey digital, survey yang dilakukan dari January 2013 hingga Juni 2018 menunjukkan Instagram sebagai platform media sosial terbanyak kedua yang digunakan oleh warga Amerika setelah Snapchat. Instagram berhasil menggeser Twitter dan Facebook dengan kisaran pengguna aktif lebih kurang 100 Juta. Data serupa juga

ditunjukkan oleh omnicoagency.com yang menempatkan Instagram di urutan ke-6 sebagai platform paling banyak digunakan di seluruh dunia. Hingga 2020, tercatat ada 120,7 M pengguna Instagram di Amerika dan menempatkan AS sebagai pengguna terbanyak disusul oleh India. 63% warga AS menggunakan instagram setiap harinya. Dengan demikian, Instagram menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan oleh publik AS. Fitur instagram juga lebih beragam sebab memungkinkan penggunaanya untuk menunggah foto/video serta dilengkapi dengan tulisan.

Sedangkan the New York Times sendiri merupakan salah satu media mainstream tertua di AS yang telah merambah ke dunia digital dengan membuat website nytimes.com. Melalui penelitian ini, Peneliti ingin menunjukkan bahwa ruang keterbukaan informasi dan interaksi sosial yang tidak lagi bersekat ini memberi kesempatan luas bagi seorang figur untuk menentukan citra dirinya sendiri di masyarakat. Tanpa mengesampingkan bias informasi yang juga menjadikannya sebagai objek, namun menggunakan pengetahuan tersebut untuk membentuk realitas baru yang lebih kuat dan bisa diterima oleh khalayak ramai. Penelitian ini selanjutnya diberi judul **“Konstruksi Identitas Melania Trump Sebagai Ibu Negara Amerika Serikat di Instagram dan *The New York Times* (Analisis Wacana Kritis)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah topik atau isu terkait identitas Melania Trump yang menjadi fokus konten Instagram dan artikel the New York Times?
2. Bagaimana konstruksi identitas Melania sebagai Ibu Negara AS di akun instagram *@flotus*?
3. Bagaimana konstruksi identitas Melania sebagai Ibu Negara pada artikel *the New York Times*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kategori isu/topik yang menjadi fokus utama konten Instagram *@flotus* dan artikel pada laman *the New York Times*
2. Untuk menganalisis realitas sosial berdasarkan konstruksi identitas Melania sebagai Ibu Negara di akun *Instagram @flotus*
3. Untuk menganalisis realitas sosial berdasarkan konstruksi identitas Melania sebagai Ibu Negara di laman berita *the New York Times*

D. Manfaat Penelitian

Sama halnya penelitian-penelitian terdahulu, peneliti berharap agar penelitian ini juga bisa memberikan sejumlah manfaat atau kontribusi bagi masyarakat dan dunia keilmuan, khususnya pada ranah pengetahuan ilmu komunikasi. Berikut adalah beberapa manfaat dari penelitian yang dibuat:

1. Dalam ranah teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian yang berkaitan dengan Analisis Wacana Kritis dari perspektif gender
2. Dalam ranah praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi pembaca dalam melihat fenomena media dan perempuan yang sering terjadi di masyarakat. Bahwa, media memiliki power untuk menggiring opini publik dan mempengaruhi bagaimana seseorang mengkonstruksi dirinya sebagai bentuk respon terhadap pemberitaan media.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Konsep Media Baru

McQuail (2010 : 118) menjelaskan konsep media baru sebagai sebuah proses digitalisasi yang merupakan aspek paling fundamental dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (ICT), dimana semua teks dapat direduksi ke dalam kode biner untuk diproduksi, didistribusi, maupun disimpan. McQuail juga menambahkan bahwa konsekuensi potensial dari perkembangan ini bagi institusi media adalah konvergensi di antara semua bentuk media yang ada dalam konteks organisasi, distribusi, penerimaan dan regulasi.

Konvergensi media merujuk pada penggabungan sistem informasi dan telekomunikasi dalam sebuah produk IT serta difasilitasi oleh jaringan internet dalam pengoperasiannya (Flew, 2008 : 13). Sederhananya, fenomena konvergensi memungkinkan produksi dan distribusi informasi berjalan secara simultan hingga bersamaan dengan proses komunikasi itu sendiri.

Fungsi atau peran media tradisional turut mengalami ekspansi atau *revolutionary* dengan hadirnya teknologi internet (Nasrullah, 2017). Hal ini

ditegaskan melalui fenomena yang bisa kita amati sekarang dimana para pemilik media tradisional mulai memasuki ranah digital. Banyak media tradisional seperti radio, TV, hingga cetak yang mengalami digitalisasi. Dulu, televisi digunakan untuk menyajikan informasi dalam bentuk audio dan visual. Akan tetapi, sekarang ini orang bisa menonton tayangan serupa dengan mengakses Youtube. Bahkan, kita bisa menonton berita-berita beberapa tahun silam. Membaca surat kabar tidak lagi harus repot menggotong surat kabar tersebut dan khawatir akan tertinggal berita hari ini. Surat kabar online menyediakan berita yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja dengan *smartphone*, laptop atau komputer.

Keberadaan media baru juga mendorong improvisasi dan kreatifitas industri media untuk mengembangkan berbagai macam *platform* media sosial yang bertujuan sebagai wadah komunikasi maupun aktualisasi diri misalnya Instagram, Facebook, WhatsApp, dan masih banyak lainnya. Media sosial menjadi salah satu gebrakan besar di pasaran mengingat komunikasi dapat terjadi dengan cepat, fleksibel serta mudah untuk dilakukan. Media sosial kini tidak hanya menjadi sarana komunikasi saja, namun merambah hingga ke alat perdagangan, iklan, *self-branding* hingga kampanye politik.

Kecepatan penyebaran informasi menjadi salah satu alasan mengapa media baru sangat diminati. Berikut adalah beberapa karakteristik media baru menurut Terry Flaw (2008):

- a) *Collective Intelligence*; interaksi/komunikasi manusia yang tidak terbatas dengan jaringan internet memberi ruang untuk mendapatkan pengetahuan baru serta memperluas pengetahuan yang ada. Bukan hanya itu, pengetahuan tadi juga bisa diperluas dan disimpan dalam *database* jaringan.
- b) *Convergence* ; menghubungkan/menggabungkan sistem informasi dan telekomunikasi dalam sebuah produk IT dan difasilitasi oleh jaringan internet dalam pengoperasiannya
- c) *Creative Industries* ; kegiatan ekonomi yang semakin bertumbuh dengan memanfaatkan teknologi internet dan konvergensinya untuk memperluas jangkauan bisnis serta kegiatan interaktif antara konsumen dan produsen meskipun tanpa harus bertemu. Hal ini lah yang mendorong banyaknya industri kreatif bermunculan seperti *online shop*.
- d) *Cyberspace* ; ruang baru yang dibentuk untuk membentuk kembali masyarakat serta tatanan sosial yang hanya terjadi dalam komputer/HP akibat hubungan interaksi atau komunikasi yang terjadi secara online tanpa dibatasi oleh waktu maupun tempat.
- e) *Globalisation*; dampak paling besar dari perkembangan media baru dimana segala sesuatu menjadi tidak terbatas. Pengetahuan, hubungan sosial, kegiatan ekonomi, dsb bisa dilakukan tanpa harus dibatasi oleh lokasi/wilayah

- f) *Interactivity* ;salah satu konsep yang membedakan dengan media lama yaitu interaktif. Media baru menyediakan ruang untuk bisa berkomunikasi dua arah tanpa perlu menunggu respon balik. Bahkan komunikasi bisa terjadi dalam skala besar pada tempat yang berbeda dan tanpa arus bertatap langsung
- g) *Knowledge Economy* ; meningkatnya pengetahuan penting sebagai akibat dari peran penting yang dimainkan oleh teknologi informasi
- h) *Networks*; sistem jaringan yang mendukung media baru
- i) *Participation*; konsep penggunaan/pemanaan yang dilihat berdasarkan 3 hal: (1) ketidaksamarataan dalam akses teradap *new media* serta kesempatan terkait ICT – baik sebagai pengguna, masyarakat maupun produsen, (2) ciri berbeda dari new media yang membuatnya lebih terbuka serta interaktif dibanding teknologi media lama
- j) *Virtuality* ; konsep virtual hadir akibat interaksi dan aktivitas lainnya yang terjalin secara fleksibel dan tidak terbatas akibat hadirnya media digital. Hampir semua program atau konten sudah mengalami digitalisasi, termasuk hiburan dan permainan. Sehingga tidak asing untuk menemukan seseorang yang bisa menghabiskan waktu lama untuk online pada *smartphone* mereka. Dunia *virtual* menjadi kehidupan “baru” yang dijalani.

1.1 Media Sosial

Media sosial tidak bisa diartikan begitu saja dengan hanya melihat hubungan teknologi pada media dan kaitannya dengan realitas sosial. Burton (Nasrullah, 2017) mengungkapkan bahwa definisi media sosial juga perlu dibuat dengan menggunakan pendekatan teori-teori sosial untuk membuat perbedaan yang jelas antara media sosial dan media lainnya di internet.

Berikut adalah beberapa definisi media sosial yang diperoleh dari berbagai sumber atau literatur penelitian (Nasrullah, 2017):

- 1) Mandibergh (2012) mendefinisikan media sosial sebagai media yang mewadahi kerja sama antara pengguna yang menghasilkan konten
- 2) Shirky (2008) menjelaskan media sosial dan perangkat lunak sosial sebagai alat yang digunakan untuk meningkatkan kapabilitas pengguna dalam berbagi, bekerja sama, serta melakukan tindakan di luar kerangka institusional maupun organisasi
- 3) Menurut Boyd (2009), media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan seseorang atau kelompok untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, berkolaborasi atau bermain bersama. Kekuatan media sosial terletak pada pengguna yang menghasilkan konten, bukan pada editor sebagaimana media massa.
- 4) Van Dijk (2013) menggambarkan media sosial sebagai sebuah *platform* media yang fokusnya ada pada eksistensi pengguna dengan

memfasilitasi mereka untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Oleh sebab itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antarpengguna

- 5) Meike dan Young (2012) menjabarkan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah salah satu platform dari media internet/baru yang memberi ruang bagi penggunanya untuk mengaktualisasikan diri sekaligus berbagi, bekerja sama, membangun hubungan sosial, dan lainnya.

1.2 Karakteristik Media Sosial

Terdapat 6 karakteristik media sosial, antara lain:

Jaringan (Network)

Dalam terminology bidang teknologi, jaringan bisa diartikan sebagai sebuah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dan perangkat keras lainnya (Nasrullah, 2017). Hubungan inilah yang kemudian bisa memungkinkan terjadinya komunikasi (Castells,2002; Gane & Beer, 2008; Nasrullah, 2017). Media sosial sendiri merupakan sebuah bentuk jaringan sosial yang terbentuk melalui jaringan internet.Castells (2002, dalam

Nasrullah, 2017) menekankan bahwa jaringan antarpengguna media sosial secara teknologi adalah jaringan yang di mediasi oleh perangkat teknologi.

Informasi

Salah satu unsur yang penting dalam media sosial adalah informasi. Kita menggunakan media sosial pada umumnya untuk berbagi informasi, baik seputar diri sendiri maupun orang lain kepada publik pengguna media sosial yang sama. Informasi yang ditampilkan pun menjadi topik interaksi yang terjadi di media sosial antar sesama pengguna. Informasi ini bahkan bisa membentuk opini publik melalui diskusi-diskusi di ruang media sosial.

Melihat fenomena yang ada, informasi di media sosial menjadi konten “jualan” yang menarik bagi pengguna lainnya. Sebagai contoh, media sosial bisa digunakan sebagai alat kampanye atau branding seseorang, berdagang, meningkatkan popularitas hingga menjatuhkan orang lain. Informasi kini menjadi telah menjadi komoditas bernilai tinggi yang menjelma sebagai bentuk baru dari kapitalisme di media sosial (Castells, 2004 dalam Nasrullah, 2017).

Archives (Arsip)

Semua informasi dalam bentuk apapun yang telah dibagikan oleh pengguna media sosial telah tersimpan pada *database server* meskipun dihapus di kemudian hari. Facebook misalnya, sekarang ini Facebook

memiliki fitur yang sering memunculkan aktivitas-aktivitas kita di hari bahkan beberapa tahun sebelumnya. Contoh lainnya adalah Instagram, setiap *postingan* kita di Instagram dapat diakses oleh kita maupun orang lain kapan saja selama unggahan tersebut masih ada.

“Teknologi online telah membuka kemungkinan-kemungkinan baru dari penyimpanan gambar (bergerak atau diam), suara, teks, yang secara meningkat dapat diakses secara massal dan dari manapun, kondisi ini terjadi karena pengguna hanya memerlukan sedikit pengetahuan teknis untuk menggunakannya” (Gane dan Beer, 2008 dalam Nasrullah, 2017)

Interaction (Interaksi)

Jaringan sosial yang terbentuk di media sosial adalah *output* dari interaksi yang dilakukan oleh sesama pengguna media sosial. Interaksi ini bisa beragam bentuknya seperti memberi komentar, suka, atau membagi unggahan seseorang. Interaksi inilah yang kemudian bisa memperluas jaringan sosial kita. Seringkali, kita tidak mengenal seseorang hingga terjadi interaksi di media sosial. Namun, kedekatan dari hubungan yang terjalin di media sosial tidak bisa diukur dari interaksi yang terjadi.

Social Simulation (Simulasi Sosial)

Baudrillard (1994 dalam Nasrullah, 2017) berpendapat bahwa gagasan tentang simulasi menggambarkan fenomena dimana kesadaran khalayak akan sesuatu yang *real* atau nyata mulai berkurang dan tergantikan

dengan realitas semua. Publik media sosial biasanya disebut dengan *digital citizenship* atau *netizen*. Masyarakat semakin sulit menarik benang merah yang memisahkan antara realitas semu dan nyata, kehidupan *virtual* dan *real*. Sehingga, tidak jarang kita menemukan kasus dimana orang bisa menunjukkan representasi yang berbeda di media dan kehidupan nyata.

Unggahan yang dibagikan di media sosial sebenarnya telah mengalami banyak proses filterisasi dari penggunanya, baik memilih konten foto yang akan diunggah, *caption*, hingga komposisi warna foto tersebut. Seringkali, kita menjadikan unggahan seseorang sebagai tolak ukur untuk menilai pribadi dan hidup orang tersebut. Padahal, tidak semua konten dapat dinilai secara lugas seperti itu. Selebgram misalnya, mayoritas kontennya adalah “jualan” dia sebagai seorang selebgram.

User Generated Content (Konten oleh Pengguna)

Segala konten yang dibagi di media sosial adalah milik penggunanya. Konten tersebut bukan hanya menjadi milik pribadi, namun juga menjadi konsumsi khalayak digital. Konten tersebut juga bisa dibagikan oleh orang lain dengan atau tanpa persetujuan si pengguna. Meskipun, tentu saja secara etika hal ini tidak benar. Akan tetapi, kebebasan di media sosial membuat orang sulit menjaga batasan-batasan hak diri sendiri atau orang lain

Sharing (Penyebaran)

Sebagaimana telah disebutkan bahwa konten di media sosial dapat dibagikan oleh penggunanya sendiri maupun orang lain. Konten-konten untuk komoditas publikasi yang bernilai jual memang dimaksudkan untuk dibagi kepada orang lain. Misalnya, pengguna Youtube yang mengunggah konten di akun youtubanya biasa meminta orang lain untuk menonton dan membagi pada yang lain juga. Dengan demikian penonton kontonnya akan bertambah dan ini berpengaruh pada hasil keuntungan yang ia peroleh nantinya dari *youtube*.

1.3 Jenis-jenis Media Sosial

Nasrullah (2017) membagi media sosial ke dalam 6 kategori besar, yaitu:

- 1) Media jejaring sosial; ini adalah media paling populer digunakan. Media ini memberi ruang bagi penggunanya untuk memperluas serta membangun hubungan di jejaring media sosial. Platform media jejaring sosial juga terbilang sangat bervariasi, mulai dari Facebook, Instagram, Twitter, Path, Telegram dan lainnya. Aktivitas pengguna juga berbeda-beda, ada yang sekedar untuk eksistensi diri, bisnis online hingga mencari pasangan.
- 2) Blog; pengguna dapat mengunggah aktivitas sehari-harinya, saling mengomentari, maupun berbagi informasi lainnya melalui media blog.

Kebanyakan orang menggunakan blog sebagai tempat untuk *mereview* sebuah produk, catatan jurnal, dan lainnya

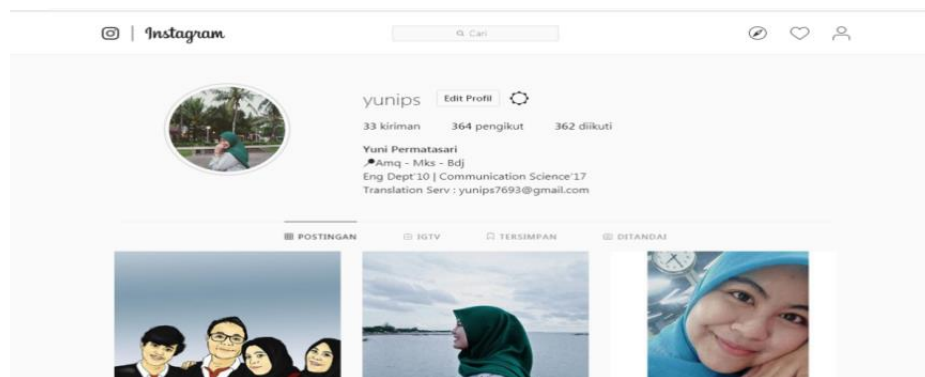
- 3) *Microblogging*; hampir sama dengan blog yang memudahkan penggunanya untuk menulis dan mempublikasikan tulisannya.
- 4) *Media Sharing*; jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, audio, visual, dan sebagainya. Sebagai contoh adalah Youtube. Youtube kini sangat populer di kalangan masyarakat serta dijadikan lahan bisnis dan eksistensi diri. Banyak yang menggunakan Youtube untuk menunjukkan kehidupannya, pengalaman perjalanan, pendapat terhadap sesuatu dan lainnya.
- 5) *Social Bookmarking*; media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara online.
- 6) *Wiki*; merupakan media konten bersama. Maksudnya adalah media ini merupakan hasil kolaborasi dari para penggunanya.

1.3.1 Instagram

Instagram adalah salah satu platform media jejaring sosial yang tengah naik daun bukan hanya di kalangan kaum muda saja, namun juga merambah ke semua kalangan dari dewasa hingga anak-anak. Instagram memfasilitasi penggunanya untuk berbagi unggahan foto dan video kepada

khalayak Instagram dengan sangat cepat dan mudah. Sejak diperkenalkan pertama kali pada 2010, Instagram telah berkembang dengan sangat pesat. Hal ini tidak terlepas dari upaya perusahaan yang menaungi Instagram dalam memperbaharui dan meningkatkan fitur-fitur pendukung di Instagram.

Gambar 1. Contoh Tampilan Instagram



Sumber : Screenshot akun Instagram pribadi peneliti

Media yang didirikan oleh Kevin Syrome dan Mike Kreager ini tidak bisa dipungkiri telah menjadi media favorit untuk menjalin pertemanan dan memperluas jaringan. Instagram dapat dijadikan sebagai wadah untuk eksistensi diri, bisnis, dan informasi lainnya. Banyak yang menggunakan Instagram untuk mengunggah dan berbagi konten-konten keseharian, petualangan, jalan-jalan kuliner layaknya jurnal online. Para peminat fotografi juga sering menjadikan Instagram untuk menunjukkan hasil karyanya.

Tampilan Instagram yang berbentuk bentuk persegi, mirip dengan gambar Kodak Instamatic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio

aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel membuat tampilan foto menjadi lebih menarik. Fitur-fitur filter untuk konten foto yang diunggah juga sangat bervariasi dan bisa memperindah tampilan foto kita. Instagram tidak hanya menyediakan layanan untuk unggahan foto maupun video saja, melainkan penggunaanya juga bisa mengadakan siaran langsung dan membuat *stories* atau *snap gram*.

2. Identitas Sosial Diri

Siapakah kita? Bagaimana kita menjelaskan diri kita sendiri? Bagaimanakah rasanya menjadi diri kita? Howard (2000 : 368) menyatakan bahwa skema kognitif, abstrak dan informasi merupakan versi kognitif dari identitas. Skema diri mencakup pengetahuan tentang diri seseorang yang bisa dipakai sebagai respon kognitif untuk menjawab pertanyaan “Siapa Aku?”.

Burke dan Stets (2009 : 3) memiliki konsep yang senada dengan pemikiran Howard, dimana identitas merupakan serangkaian makna yang menjelaskan diri seseorang, siapakah dia ketika memegang peran penting di masyarakat, menjadi anggota kelompok tertentu, atau memiliki karakteristik khusus yang menunjukkan dia sebagai pribadi unik.

Seseorang boleh jadi menunjukkan karakteristik berbeda pada waktu dan tempat yang berbeda. Sebagai contoh, A mengklaim dirinya sebagai tipe

ekstrovert, pandai bergaul dan riang. Hal tersebut terlihat nyata saat iasedang menikmati waktu senggang dengan teman-temannya. Namun, ia berubah ketika sedang berbicara di sebuah forum resmi. Ekspresinya menjadi lebih serius, kata-kata yang rapi, tegas, dan tanpa sensasi humor. Contoh lainnya, Pak A dikenal sebagai dosen yang cukup galak oleh mahasiswanya pada saat mengajar dikelas. Hal ini berlawanan dengan perangnya yang supel dan ramah ketika berada di luar kelas.

“Orang-orang memiliki banyak identitas karena mereka menempati peran ganda, adalah anggota dari banyak kelompok, dan mengklaim berbagai karakteristik pribadi, namun makna dari identitas ini dimiliki bersama oleh anggota masyarakat ” (Burke dan Stets, 2009:3)

Konsep identitas yang dikembangkan oleh Burke dan States (2009) memperkenalkan dua istilah, yakni *agents* (agen) dan *person* (orang). Dalam lingkungan sosial, seseorang memiliki identitas yang sangat bervariasi, misalnya ibu, ayah, pegawai, bos, presiden, ibu negara, dan lainnya. Setiap identitas inilah yang disebut dengan agen (Burke dan States, 2009).

2.1 Konsep Diri

Diri dan persepsi adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan sebagaimana dijelaskan oleh DeVito (2013:56). Hubungan keduanya berkaitan erat dengan cara seseorang membentuk kesan terhadap orang lain maupun kesan dirinya sendiri yang berusaha ditampilkan bagi orang lain. DeVito juga menyebutkan bahwa terdapat 3 aspek penting yang perlu

diperhatikan untuk menjabarkan “Diri” seseorang dalam konteks komunikasi interpersonal, antara lain:

- a. *Self-Concept* (Konsep Diri) : Cara seseorang melihat dirinya sendiri
- b. *Self-Awareness* (Kesadaran Diri) : Pemahaman tentang diri
- c. *Self-Esteem* (Nilai Diri) : Cara seseorang menilai dirinya

Konsep diri dapat dikembangkan berdasarkan 4 landasan (DeVito, 2013:55), yang *Pertama* adalah gambaran diri dimata orang lain. Hensley (dalam DeVito, 2013:55) menyebutkan bahwa salah satu cara mengetahui pendapat orang terhadap kita yaitu melihat caranya berinteraksi dan memperlakukan kita. Apabila perlakuannya positif, maka kita akan melihat diri kita positif, begitupun sebaliknya. *Kedua* adalah komparasi atau perbandingan sosial. Manusia cenderung sering membandingkan dirinya dengan orang lain untuk mengukur tingkat superioritas maupun inferioritasnya. Sebagai contoh, antara sesama pelajar seringkali membandingkan nilai yang mereka peroleh dalam ujian. Hasil perbandingan tersebut akan mempengaruhi cara berpikir pelajar dalam menilai dirinya sendiri.

Landasan *ketiga* yaitu ajaran budaya maupun adat istiadat. Tidak bisa dipungkiri bahwa kita merupakan hasil bentukan ataupun pengaruh dari kultur tempat kita dibesarkan. Didikan melalui kultur maupun adat istiadat membentuk konsep diri kita sendiri. *Landasan terakhir* menyangkut cara

seseorang menginterpretasi dan menilai dirinya sendiri serta perilakunya. Pengetahuan atau kognisi sosial yang dimiliki seseorang mempengaruhi caranya melihat dunia serta menginterpretasi simbol-simbol yang ada, termasuk dirinya sendiri.

Keterlibatan “diri” dalam proses interaksi sosial adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan sehari-hari. Proses interaksi sosial ini pun terjadi dalam konteks yang beragam dan menempatkan “diri” pada posisi serta peran yang berbeda. James (Burke dan States, 2009 : 10) menyebut hal ini dengan “*multiple selves*”, yaitu ketika “diri” merefleksikan perbedaan ini ke dalam komponen-komponen kecil. Unsur terkecil dari diri inilah yang kemudian kita kenal dengan identitas.

2.2 Interaksi Identitas

Interaksi identitas yang dimaksudkan disini adalah interaksi terjadi bukan antara orang dengan orang, melainkan interaksi antara seseorang yang memiliki status atau posisi tertentu ketika terlibat dalam sebuah peran lain. Telah disebutkan di atas bahwa diri seseorang bisa memiliki identitas yang berbeda saat berada pada lingkungan interaksi tertentu. Misalnya, A adalah seorang ayah, suami dan ketua organisasi tertentu. Tentu saja, pembahasan dalam interaksi antara A dengan anaknya, A dengan istrinya, dan A dengan anggota kelompoknya berbeda atau tidak sama. Sebab, A

memiliki identitas yang berbeda saat bersama anaknya begitu pula sebaliknya. Inilah yang dimaksudkan dengan interaksi identitas.

Burke dan States (2009 : 12) kemudian membagi karakteristik interaksi identitas berdasarkan 2 perspektif, yakni *structure* dan *agency*. Dari perspektif struktur, identitas (orang) menjalankan bagian (peran) yang diberikan kepadanya dengan struktur yang relatif pasti atau tetap. Sebagai contoh, manajer penjualan berperan untuk menaikkan angka penjualan.

Poin utamanya adalah ketika seorang manajer penjualan gagal menaikkan angka penjualan yang merupakan tugasnya, ia bisa diganti dengan orang lain yang memiliki kemampuan tersebut. Seorang Presiden bisa saja tidak terpilih kembali ketika rakyat merasa ia gagal menjalankan tugasnya dalam kepemimpinan periode sebelumnya. Artinya adalah struktur merupakan sesuatu yang bertahan dan berkembang sesuai dengan prinsipnya sendiri.

Perspektif *agency*, identitas (orang) memilih berperilaku tertentu serta mengambil keputusan berdasarkan negosiasi dan kompromi, konflik dan pertikaian. Manajer penjualan dapat menggunakan seluruh sumber daya yang bisa ia gunakan sebagai seorang manajer penjualan – anggota kelompok, dana perusahaan, sarana, dll- untuk bisa memenuhi perannya dalam menaikkan angka penjualan. Singkatnya, perspektif ini lebih

menekankan pada bagaimana identitas menggunakan hal tersebut untuk memenuhi peran yang diberikan padanya.

3. Konsep dan Jenis-Jenis Makna

Pesan (baik dalam bentuk gambar, paralinguistik, maupun bahasa) yang terkandung dalam sebuah informasi, mengandung konsep abstrak tertentu. Bahasa baik verbal maupun non verbal membawa pesan tertentu yang ingin dikemukakan oleh penggunanya, baik tersirat maupun tidak.

Makna diartikan secara berbeda oleh para ahli dan filsuf, Makna sebagaimana yang dikemukakan oleh Jalaluddin Rakhmat (1996) adalah kata yang sangat subjektif. Wittgeinstein (Peregrin, 2005: 40) mengartikan makna sebagai proses yang problematic dalam menamakan, merepresentasikan, mengartikan sesuatu dan membutuhkan penjelasan mendalam. Hal senada diungkapkan oleh Fisher (Alex Sobur, 2015: 19) yang menggambarkan makna sebagai sebuah konsep abstrak

Saussure (1915: 12) menjelaskan bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang merepresentasikan ide atau gagasan, baik tulisan maupun lisan. Dengan demikian, dapat dirumuskan:

$$\textit{bunyi, gambar, tulisan + konsep = makna}$$

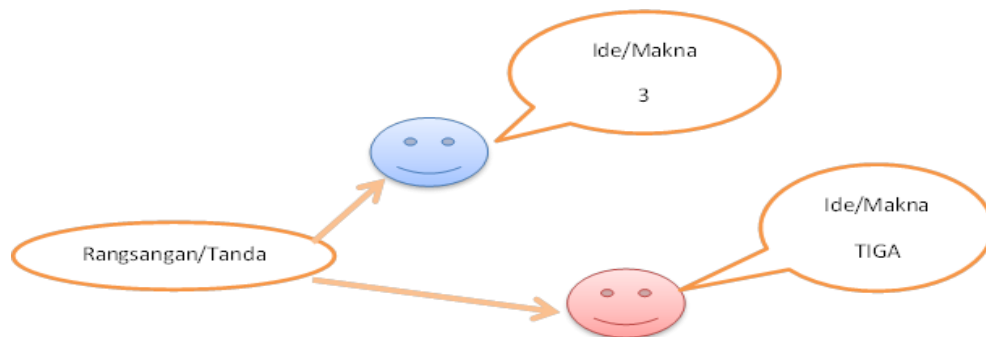
Maksudnya, segala bunyi, gambar, ilustrasi, bahasa tubuh, serta teks yang kita lihat atau baca membentuk konsep tersendiri dalam pikiran kita. Konsep

yang terbentuk dari tanda-tanda inilah kemudian menghasilkan makna atau arti dari tanda tersebut.

Pendapat Saussure sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Burke (2009 : 90). Menurut Burke, makna merupakan respon yang diberikan terhadap tanda maupun simbol sebagai representasi lingkungan di sekitar kita. Sebagai contoh, ketika Ibu guru menyebutkan kata “Tiga” di depan kelas, konsep yang terbentuk di pikiran para siswa bisa saja berbeda. Ada yang memikirkan “tiga” dalam bentuk angka (3), ada pula yang membayangkannya dalam bentuk huruf. Meskipun, keduanya memiliki arti yang sama.

Berbeda dengan ketika seseorang melafalkan “Tree” dalam bahasa Inggris. Orang yang mendengar dan memahami bahasa Inggris secara fasih akan menginterpretasikannya sebagai “pohon” dalam pemikirannya. Akan tetapi, bagi yang tidak begitu peka justru membayangkan angka 3. Sehingga, interpretasi makna juga bisa dipengaruhi oleh indra dan pengetahuan yang dimiliki.

Skema 1. Ilustrasi Makna



Makna kata sendiri sebenarnya bisa ditemukan dalam kamus-kamus yang ada, sebagai contoh:

ambigu – bermakna lebih dari satu (sehingga kadang-kadang menimbulkan keraguan, kekaburan, ketidakjelasan, dan sebagainya); bermakna ganda; taksa identitas - ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang; jati diri

Makna kata di atas disebut dengan makna leksikal. Akan tetapi, makna kata tidak selamanya bisa diartikan sesuai dengan pengertian yang ada di kamus. Interpretasi makna bisa berbeda dipengaruhi oleh situasi saat interaksi, korelasi verbal dan non verbal, maupun pengetahuan seseorang. Oleh sebab itu, makna dikatakan sebagai sesuatu yang abstrak dan bersifat subjektif.

Misalnya, seorang anak sepulang sekolah berujar, *“Ibu, saya lapar”*. Kata *“lapar”* pada kalimat di atas bisa dimaknai dengan belum makan atau ingin makan. Namun, ketika seorang mahasiswa mengucapkan *“Saya lapar”* pada saat proses belajar tengah berlangsung dan dosen yang bersangkutan sudah melewati jadwal yang seharusnya, bisa diartikan sebagai sebuah tanda agar dosen tersebut mengakhiri pelajarannya. Contoh lainnya, seseorang berkata *“Aku sedang marah”* sambil tersenyum lebar. Apabila mengikuti makna leksikal, orang tersebut berarti sedang merasa tidak senang, gusar atau berang karena sesuatu hal. Tapi jika melihat situasi dan

bahasa tubuh orang tersebut, dia sebenarnya tidak marah. Boleh jadi ia mengucapkan hal tersebut sebagai bahan candaan.

Geoffrey Leech (Umagandhi dan Vinothini, 2017:72) mengelompokkan makna ke dalam tujuh kategori atau jenis berdasarkan perspektif makna *logic* atau makna konseptual. Ketujuh jenis makna tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Makna Konseptual; Makna utama yang sesuai dengan konsep sintaksis dan fonologi. Makna konseptual juga disebut dengan makna denotative.
- 2) Makna Konotatif; Nilai yang dimiliki oleh sebuah ekspresi komunikatif melebihi konsep rujukannya. Makna konotatif dipengaruhi oleh pengetahuan dan keyakinan si pendengar terkait apa yang ia dengar, lihat maupun bayangkan.
- 3) Makna Sosial dan Afektif; Kedua makna ini dipengaruhi oleh situasi dan lingkungan terjadinya sebuah ujaran atau tulisan.
- 4) Makna Refleksi; Makna yang terjadi dalam kasus dimana sebuah kata memiliki makna konseptual ganda.
- 5) Makna Kolokatif; asosiasi kata yang diperoleh karena arti kata-kata yang terjadi di lingkungannya
- 6) Makna Tematik; Makna dari penekanan intonasi yang dilakukan oleh komunikator untuk menegaskan sebuah informasi

Selain jenis-jenis makna yang dikategorisasikan oleh Leech di atas, terdapat juga jenis-jenis makna lainnya. Antara lain:

- a. Brodbeck (Sobur, 2015:19) membagi makna menjadi, (1) Makna Referensial; makna suatu istilah adalah objek, pikiran, ide, atau konsep yang ditunjukkan oleh istilah tersebut. (2) Arti Istilah tersebut; istilah tersebut “berarti” sejauh ia berhubungan secara “sah” dengan istilah lain, konsep yang lain. (3) Makna yang dimaksudkan; arti suatu istilah atau lambangn bergantung pada apa yang dimaksudkan oleh pemakai terkait lambing tersebut.
- b. Verhaar (Sobur, 2015:20) membagi makna menjadi Makna Leksikal dan Gramatikal
- c. Keraf (Sobur, 2015:20) mengelompokkan makna menjadi Makna Denotatif; kata yang tidak ada makna tambahan dan Makna Konotatif; kata yang memiliki makna tambahan disamping makna umum.

4. Analisis Wacana Kritis

Wacana atau yang biasa juga disebut dengan diskursus memiliki penjabaran konsep yang bervariasi. Nurhidayat (2015) berpendapat bahwa wacana secara umum berkaitan erat dengan penggunaan bahasa sehari-hari, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan sebagai objek penelitiannya. Dengan demikian, analisis wacana kritis (AWK) dapat digunakan bukan hanya menganalisis teks, lisan, atau gambar saja. Namun, dapat

menganalisis hingga ke taraf konteks, historis dan latar belakang sebuah wacana dibuat.

Umumnya, wacana dapat dibuat dalam berbagai bentuk tergantung pembuat wacana. Bentuk-bentuk wacana antara lain:

- a. Teks/Tulisan – Naskah berita, artikel, cerpen, majalah, novel
- b. Ujaran/Lisan – Pidato, wawancara, obrolan, rekaman audio
- c. Tindakan – Drama, film, tarian, demonstrasi
- d. Artefak – Bangunan, fashion,

George Leech dan Michael Short berpendapat bahwa::

“Wacana merupakan komunikasi linguistik yang dilihat sebagai transaksi antara pembicara (komunikator) dan pendengar (komunikan), sebagai bentuk aktivitas interpersonal yang bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya sendiri. Teks adalah komunikasi linguistik (baik tertulis maupun) yang secara sederhana dilihat sebagai sebuah pesan dikodekan melalui media audio atau visual”. (dalam Hawthorn, 1992; Mills, 1997)

Pendapat Leech hampir serupa dengan yang dikemukakan oleh Wodak dan Weiss. Wodak dan Weiss (2003:11-12) menjelaskan bahwa analisis wacana kritis dibangun berdasarkan retorika klasik, teks linguistik, sosiolinguistik, dan pragmatika. Ideologi, kekuasaan, hirarki, dan variable-variabel sosiologi termasuk dalam kategori unsur-unsur relevan dalam menginterpretasi, menafsirkan, dan menjelaskan sebuah teks.

Konsep analisis wacana kritis juga tidak bisa dipisahkan dari keberadaan bahasa - baik bahasa verbal maupun non verbal, lisan dan tulisan – dimana bahasa merupakan sebuah bentuk praktik sosial yang mana diperlukan pengetahuan terkait konteks penggunaan bahasa agar bisa menjelaskan makna yang terkandung di dalamnya (Fairclough & Wodak, 1997, dalam Weiss & Wodak, 2003 : 22).

Hal senada diungkapkan oleh Van Dijk (Weiss dan Wodak, 2003) bahwa konsep antara linguistic kritis dan analisis wacana kritis memiliki perspektif yang hampir sama dalam melakukan analisis pada ranah linguistik, semiotika, dan wacana. Perbedaannya adalah Van Dijk (dalam Fauzan, 2014) melihat wacana sebagai sebuah kognisi sosial, yaitu kondisi mental serta proses yang terjadi pada pembuat wacana (cognition) saat membuat dan memahami wacana serta ikut berpartisipasi dalam interaksi verbal, juga sejauh mana mereka terlibat dalam interaksi pengetahuan, ideologi atau kepercayaan kelompok sosial tertentu. Bahasa dalam sebuah wacana yang digunakan untuk mengirim pesan memiliki dua peran, yakni mengkonstruksi dan dikonstruksi agar menghasilkan makna tertentu.

Haryatmoko (2016: 6) menyatakan bahwa dalam Analisis Wacana Kritis (CDA) bahasa dipahami dari segi penggunaannya. Maksudnya, bahasa baik dalam ujaran lisan maupun tulisan bukan hanya digunakan sebagai jembatan komunikasi antar manusia. Bahasa tidak hanya digunakan untuk

mengirimkan pesan dari komunikator pada komunikan saja, namun ada makna dibalik pesan tersebut. Maknanya bisa beragam, tergantung dari perspektif mana kita melihat bahasa tadi disampaikan.

Menurut Fairclough (1995), sebuah fenomena yang sama dapat digambarkan dengan cara yang berbeda. Perbedaan cara sebuah fenomena dideskripsikan secara tidak langsung menunjukkan bahwa dalam menerjemahkan sebuah pesan ada kepentingan, maksud, maupun tujuan tertentu. Sehingga dibutuhkan ketajaman dalam penafsirannya. Ketidaktransparansi seseorang dalam berwacana sarat akan retorika, manipulasi, dan penyesatan. Oleh sebab itu, Analisis Wacana Kritis digunakan untuk mempertanyakan dan mengupas kepentingan-kepentingan, nilai, tujuan, serta makna sebenarnya dibalik sebuah wacana.

Nurhadi (2015:83) menyimpulkan bahwa analisis wacana kritis memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan konsep lain seperti framing, semiotika dan analisis isi biasa. Karakteristik tersebut antara lain:

- a. Penekanan ada pada pemaknaan teks yang mengandalkan interpretasi dan penafsiran peneliti. Artinya, setiap teks dapat dimaknai dan diterjemahkan secara berbeda.
- b. Fokus AWK yaitu pesan yang tersembunyi dibalik sebuah wacana. Makna suatu teks atau ujaran bisa ditafsirkan sebagai apa yang tampak

di dalam teks maupun makna tersembunyi dibalikny dengan analisis mendalam.

- c. Bukan hanya kata atau aspek isi lainnya yang dikodekan, tetapi struktur wacana yang kompleks juga dapat dianalisis pada berbagai tingkatan deskripsi. Bahkan makna kalimat dan relasi koheren antarkalimat pun dapat dipelajari.
- d. Tidak berpretensi melakukan generalisasi dengan beberapa asumsi. Sebab setiap peristiwa memiliki karakteristik sendiri dan diinterpretasi secara berbeda. Oleh karena tidak dapat diaplikasikan prosedur yang sama.
- e. Tujuannya menggali bagaimana “pemakaian bahasa” dalam tuturan atau tulisan sebagai bentuk praktik sosial, termasuk di dalamnya praktik kekuasaan.

Konsep wacana dan analisis wacana kritis yang telah dijabarkan oleh para ahli di atas memiliki dasar serupa. Polarisasi konsep analisis wacana kritis yang beragam ini terletak pada tujuan penelitian atau analisis dilakukan, metode yang digunakan serta model analisisnya. Misalnya, kita menggunakan konsep Van Dijk apabila ingin menjelaskan wacana dari aspek kognisi sosial, atau konsep Mills yang digunakan untuk melihat wacana dari perpektif gender atau feminis.

4.1 Analisis Wacana Kritis - Sara Mills

Konsep AWK yang digagas oleh Sara Mills sebenarnya merupakan elaborasi dari konsep wacana Foucault. Perbedaannya adalah konsep Mills lebih berfokus pada ranah gender, khususnya terkait representasi perempuan. Oleh sebab itu, konsep wacana kritis yang digagas oleh Mills sering juga disebut dengan *Feminist Analysis* atau *Stylistic Feminist Analysis*. Mills ingin mengeksplor lebih jauh bagaimana sosok perempuan merepresentasikan dirinya sendiri maupun direpresentasikan oleh orang lain.

Rajan (Mills, 2005:2) berpendapat bahwa pemahaman “sebenarnya” tentang perempuan tidak bisa dipisahkan dari konstruksi yang “terbayang/diimajinasikan” dimana perempuan menjadi subjek. Mills (2005:2) memiliki pendapat yang tidak jauh berbeda dengan pendapat di atas, “gambar dan teks yang merepresentasikan perempuan dapat menunjukkan konstruksi subjek, posisi, serta peran tertentu”.

Tidak bisa dipungkiri bahwa perempuan kerap kali menjadi korban biasanya wacana-wacana yang beredar. Sulit bagi kaum perempuan untuk bisa memperoleh kesetaraan di berbagai aspek, misalnya dalam mengemukakan pendapat, membela dirinya, hingga berkompetisi dalam bidang karir. Hasilnya, banyak kaum perempuan mengalami proses diskriminasi hingga pelecehan namun ragu untuk memperjuangkan dirinya.

Bias terhadap perempuan seperti telah menjadi sebuah budaya yang mengakar dalam sistem sosial kita.

Berdasarkan gagasan di atas, Mills ingin merubah fenomena tersebut dengan tidak hanya menjabarkan seksisme dalam sebuah teks, tetapi juga menganalisis cara pandang, agensi, metafora, serta transivitas yang berkaitan erat dengan persoalan gender.

a. Feminisme

Konsep tentang apa itu feminisme dijabarkan secara bervariasi. Mills (2005) menjelaskan feminisme sebagai asumsi atau kepercayaan bahwa perempuan mendapat perlakuan yang tidak adil dan berbeda dengan pria di masyarakat. Perempuan juga kerap kali menjadi subjek tindakan diskriminasi. Hal ini juga diperparah oleh kenyataan bahwa dalam kelompok perempuan sendiri terjadi kategorisasi-kategorisasi tertentu yang dibuat berdasarkan ras, etnis, agama, pendidikan, usia, kekayaan, status dan lainnya.

Tentu saja, konsep ini tidak bisa digeneralisasikan bahwa marginalisasi hanya dialami oleh kaum perempuan, sementara kaum pria menjadi pelaku marginalisasinya. Sebab, di beberapa kasus, diskriminasi juga dialami oleh sebagian kaum pria. Diskriminasi atau marginalisasi yang dibahas disini melihat perempuan dan pria sebagai satu kesatuan utuh di masyarakat yang mengalami perlakuan berbeda.

Perjuangan kesamarataan (*equity*) yang menjadi landasan gerakan kaum feminisme tidak hanya seputar hal-hal keseharian seperti di lingkungan sosial, pekerjaan, politik, namun juga bagaimana perempuan digambarkan oleh media. Kaum feminis bahkan menuntut pemenuhan etika feminis pada media-media. Hal ini berkaitan peran media dalam membangun opini publik melalui proses kultivasi sangat besar di masyarakat. *“Kaum feminis menolak filosofi yang membatalkan otorisasi perempuan sebagai agen moral atau mengecualikan pengalaman perempuan sebagai sumber refleksi moral. Tetapi, di antara masalah-masalah lain, mereka memperdebatkan apakah wanita dan pria terlibat dalam cara berpikir etis yang sama.”* (Steiner dalam Willkins & Christians, 2008)

b. Stilistika

Menurut Simpson (1992, dalam Mills 2005:3), stilistika atau gaya bahasa menggunakan analisis linguistik sebagai sebuah pedoman dalam mengarakterisasikan karya tertentu. Stilistika sendiri dapat dilihat menurut dua perspektif, yakni stilistika linguistik dan stilistika sastra. Stilistika sastra lebih fokus menyediakan ‘dasar untuk pemahaman, apresiasi, dan interpretasi yang lebih penuh atas teks-teks yang secara literer dan berpusat pada penulis. Stilistika linguistik yaitu upaya praktisi untuk menyempurnakan gaya dan model bahasa sebagai bentuk kontribusi terhadap pengembangan teori linguistik.

Konsep stilistika yang dikembangkan oleh Mills berangkat dari dua kategori di atas dan menghubungkannya dengan aspek-aspek diluar teks, seperti ras, gender dan lainnya. Sebab, wacana harusnya dilihat tidak hanya berdasarkan model tekstual saja, melainkan juga aspek lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana bias terhadap perempuan yang ditampilkan secara tekstual dan bagaimana seharusnya perempuan digambarkan dalam sebuah wacana.

4.2 Model Analisis Wacana Kritis / Stilistika Feminis Sara Mills

Sara Mills membagi analisisnya berdasarkan 3 tingkat, yakni Analisis pada Tingkatan Kata, Analisis pada tingkatan Frasa/Kalimat, dan Analisis pada Tingkatan Wacana.

a. Analisis Tingkat Kata

Analisis tingkat kata didasari pada keingintahuan untuk melihat ada atau tidaknya bias gender yang diwakili oleh kata-kata individual. Analisis tingkat kata dibagi dua kategori, yaitu *Seksisme dalam Bahasa* serta *Seksisme dan Maknanya*

Seksisme dalam Bahasa

Seksisme dalam bahasa dapat diartikan dalam berbagai cara, Vetterling-Braggin (1981 dalam Mills, 2005: 62) mendefinisikan seksisme dalam bahasa sebagai sebuah pernyataan yang mendorong maupun

menyebabkan penindasan/penekanan terhadap perempuan. Vetterling-Braggin kemudian memperluas definisi ini dengan menambahkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk menyebarkan, mengangkat, dan mengeksploitasi perbedaan yang tidak adil maupun relevan antara jenis kelamin dapat dikategorikan sebagai bentuk seksisme.

Mills menambahkan bahwa persepsi dan pemahaman manusia terkait peran gender tertentu dipengaruhi oleh bahasa yang kita gunakan. Maksudnya adalah di satu sisi bahasa merupakan sebuah “refleksi” dari dunia dan di sisi lain terdapat hal-hal tertentu yang membuat bahasa mempengaruhi cara kita memahami dunia.

Saphir dan Worf (Mills, 2005: 62) merupakan penggagas awal pandangan kedua yang menyatakan bahwa dalam kondisi tertentu bahasa mempengaruhi cara manusia membentuk persepsinya terhadap lingkungan sekitar. Menurut Saphir dan Worf, perbedaan struktur bahasa antara satu budaya dan budaya lainnya mempengaruhi cara berpikir masyarakatnya. Misalnya, dalam bahasa Indonesia kita tidak mengenal kata ganti khusus untuk menyebut pria dan perempuan secara berbeda. Sedangkan dalam bahasa Inggris, kita menggunakan “*He*” sebagai kata ganti untuk laki-laki tunggal, dan “*She*” untuk kata ganti perempuan tunggal.

Berikut adalah beberapa elemen-elemen umum dalam bahasa yang dapat digunakan untuk melihat seksisme dalam bahasa

Tabel 1. Analisis Tingkat Kata (Seksisme dalam Bahasa)

Bentuk Umum	Keterangan	Contoh
Kata Ganti Umum	Kata ganti yang digunakan secara umum dan bebas untuk mewakili gender tertentu secara keseluruhan	Mis. "he" dalam beberapa kesempatan bahkan digunakan untuk menyebut perempuan. <i>"I want to see the Director. Is he in the room"</i> Persepsi awal kita yang muncul cenderung mengarah pada sosok laki-laki. Padahal mungkin saja direkturnya adalah seorang perempuan Contoh lainnya, pada profesi tertentu seperti sekretaris, persepsi kita yang muncul biasanya mengarah pada sosok perempuan (She)
Kata Benda Umum	Seksisme juga biasanya ditemukan pada kata-kata yang berorientasi pada laki-laki sebagai bentuk umum untuk digunakan mewakili gender secara keseluruhan	Mis. dalam bahasa Inggris, kata "manusia" seringkali digantikan dengan "man". Bahkan kata asli manusia "Human" terdiri dari dua suku kata dasar "hu" dan "man" Dalam bahasa Indonesia, kata PSK cenderung dikonotasikan mengarah pada perempuan
Perempuan sebagai yang Ditandai	Seringkali kita menemukan kata-kata yang digunakan khusus untuk menandai	Mis. penggunaan kata "Lady" didepan kata lain untuk menunjukkan profesi

	perempuan. Dimana, hal ini tidak berlaku kepada laki-laki	atau peran tertentu. Kata Ibu Negara = Ibu Negara. Hal yang lumrah dan sering digunakan. Namun, kita jarang menyebut, First Man sebagai kata ganti Presiden
--	---	---

Sumber : *Feminist Stylistic* oleh Sara Mills, 2005

Seksisme dan Maknanya

Makna kata dapat dilihat sebagai sebuah hal sederhana maupun kompleks tergantung pada konteks atau cara pandang kita. Makna kata secara universal juga dipengaruhi oleh budaya masyarakat tertentu, misalnya, orang Indonesia menyebut taksi dengan *taksi*, Amerika menyebut taksi dengan "*taxi*" dan orang Inggris menyebut taksi dengan "*cab*". Contoh lainnya, kata "*seng*" dalam Bahasa Ambon artinya "*tidak*", namun suku lainnya seperti Jawa atau Makassar mengartikannya sebagai sebuah besi berbentuk tipis.

Berikut adalah beberapa kategori yang digunakan untuk menjelaskan seksisme dan maknanya:

Tabel 2. Analisis Tingkat Kata (Seksisme dan Maknanya)

Kategori	Keterangan	Contoh
Penamaan & Androsentrisme	Kaum feminis berpendapat bahwa bahasa kita memang seksis. Hal ini berdasarkan pandangan para kaum feminis yang melihat "penamaan" secara umum "menamai" dunia	Mis. Perempuan kehilangan nama keluarganya ketika menikah dan mengikuti nama suami "Tuan dan Nyonya Smith"

	dan sekitarnya menggunakan perspektif laki-laki.	
Derogasi Semantika Perempuan	Kasus ini lebih banyak ditemukan dalam bahasa Inggris yang terdapat kecenderungan derogasi terhadap perempuan secara semantika lebih besar.	Mis. Laki-laki: <i>Master : Tuan,</i> <i>Host : Pembawa Acara, Tuan Rumah</i> Perempuan: <i>Mistress : selir, simpanan</i> <i>Hostess : penyambut tamu</i> (dalam arti negatif)
Tindakan Kasih Sayang dan Merendahkan	Beberapa kata dapat digunakan untuk menunjukkan kasih sayang dan merendahkan pada saat yang bersamaan	Mis. Perempuan yang dipanggil "sayang" oleh laki-laki asing di jalan dibarengi dengan siulan dan sebagainya. Kata sayang normalnya digunakan untuk menunjukkan afeksi. Akan tetapi, dalam kasus di atas justru termasuk dalam kasus pelecehan verbal
Eufimisme dan Tabu	Bagi perempuan, tidak semua perasaan, pikiran, keadaan dan sebagainya dapat diekspresikan dengan sesuka hati. Ada hal-hal yang tabu untuk disebut secara gamblang oleh perempuan	Mis. Kata " <i>menstruasi</i> " yang tidak begitu familiar untuk diucapkan

Sumber : *Feminist Stylistic* oleh Sara Mills, 2005

b. Analisis Tingkat Frasa/Kalimat

Tabel 3. Analisis Tingkat Kalimat

Kategori	Keterangan	Contoh
Frasa yang Siap Pakai	Frasa/kalimat yang sering digunakan secara umum namun berkonotasi negatif atau menempatkan perempuan sebagai objek yang tidak menguntungkan dan tidak	Mis. <i>"Dibalik sosok laki-laki yang sukses, ada perempuan yang mendampingi" (1)</i> <i>"Pekerjaan perempuan/Ibu</i>

	diperlakukan dengan tidak adil	<p><i>tidak ada habisnya” (2)</i></p> <p>Pada kalimat (1), perempuan digambarkan sebagai sosok pembantu, pendukung, yang berada di belakang laki-laki. Disini jelas terdapat perbedaan posisi antara perempuan dan laki-laki.</p> <p>Pada kalimat (2) menunjukkan perempuan sebagai sosok yang memiliki tanggung jawab besar dan tidak ada ujungnya</p>
Presupposisi dan Inferensi	Dalam mendefinisikan atau menjabarkan sebuah frasa/kalimat tidak hanya berdasarkan makna literalnya, namun juga konteks dan lainnya.	<p>Mis.</p> <p>Sekarang ini, iklan-iklan yang banyak muncul dimedia menggambarkan sosok cantik (presupposisi) sebagai berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) Cantik itu putih (2) Cantik harus kurus <p>Dengan demikian dapat dimaknai (inferensinya) adalah sebagai berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) Perempuan berkulit gelap harus melakukan perawatan agar putih (2) Perempuan harus mengikuti program diet hingga mengkonsumsi obat pelangsing agar mendapatkan berat badan ideal
Metafora	Analogi yang dibuat untuk membandingkan dua subjek dengan domain berbeda	<p>Mis.</p> <p><i>“Dasar gadis dingin”</i></p> <p>Ungkapan yang sering</p>

		dilontarkan bagi perempuan yang cuek dan cenderung tegas saat dirayu
Lelucon dan Humor	Seksisme seringkali ditemukan dalam bentuk humor maupun candaan	Mis. <i>“Perempuan barat lebih fleksibel dibanding perempuan timur”</i> <i>“perempuan timur kaku seperti besi”</i>
Pilihan Transitivitas	Ekpresi pengalaman internal dan eksternal seseorang	Mis. <i>“Putri salju melarikan diri untuk hidup dengan pangeran”</i>

Sumber : *Feminist Stylistic* oleh Sara Mills, 2005

c. *Analisis Tingkat Wacana*

Fokus dari analisis tingkat wacana ini memiliki skala yang lebih besar dimana tidak hanya berfokus pada kata atau kalimat, melainkan wacana secara keseluruhan sebagai sebuah kesatuan yang utuh. Berikut adalah kategori-kategori analisis pada tingkat wacana:

Tabel 4. Analisis Tingkat Kalimat

Kategori		Keterangan
Karakter	Subjek	Bagaimana perempuan/pria yang menjadi subjek menggambarkan dirinya sendiri
	Objek	Bagaimana penggambaran perempuan melalui hal-hal seperti

		pakaian, bentuk badan, ucapan, dll
	Penulis	Bagaimana penulis berusaha membangun dan membentuk persepsi pembaca melalui sudut pandang penulis
	Pembaca	Bagaimana pembaca mengidentifikasi posisinya melalui penggambaran dalam teks
Fragmentasi		Penggambaran perempuan sebagai objek dalam wacana dari aspek visualitas atau tampilan fisiknya
Fokalisasi		Narasi ide/gagasan baik dari internal cerita maupun eksternal yang memiliki efek manipulasi besar terutama terhadap emosi pembaca
Skemata		Skema yang dibuat untuk menjabarkan dan menarasikan objek

Sumber : Feminist Stylistic oleh Sara Mills, 2005

5. Aliran – Aliran Feminis

Gerakan maupun paradigma feminis dibangun berdasarkan persepsi adanya ketidakadilan bagi kaum perempuan sebagai salah satu dampak budaya patriarki yang telah berakar di masyarakat sosial. Perempuan kerap mengalami berbagai penindasan, pelecehan, marginalisasi, bahkan degradasi nilai. Bias yang dialami oleh kaum perempuan terjadi mulai dari lingkungan keluarga, pendidikan, pekerjaan, hingga masyarakat luas. Perempuan menempati kelas kedua dalam strata sosial sehingga tidak mungkin mendapat perlakuan yang sama dengan kaum laki-laki.

Diskriminasi atau marginalisasi yang berkembang, ironisnya, tidak hanya dilakukan oleh kaum laki-laki saja. Kaum perempuan juga terbagi-bagi berdasarkan status sosial, ras, agama, etnis, ekonomi, pendidikan dan lainnya yang memicu diskriminasi dalam kalangan perempuan sendiri. Fenomena ini banyak terlihat dari kasus-kasus penindasan atau *bully* yang dilakukan seorang perempuan pada perempuan lainnya. Kelompok perempuan juga bersaing untuk mendapatkan penghormatan dan perlakuan adil di masyarakat. Tidak jarang hal ini menuntut kelompok perempuan tersebut untuk bertindak sesuai pranata sosial yang ada dan mendeskripsikan kelompok perempuan lainnya.

Hal ini lah yang kemudian menggagas lahirnya kelompok aliran feminis untuk memperjuangkan hak-hak dan kesetaraan perempuan. Kelompok ini menyuarakan pendapatnya bahwa perempuan harus bebas dari sistem patriarki yang menempatkan perempuan dalam posisi tidak menguntungkan. Perempuan juga harus bebas dari eksploitasi, kapitalisme, dan komersialisasi fisik perempuan. Perempuan harus diberikan porsi yang sama dalam pekerjaan, pendidikan, peran sosial, sebagaimana yang di dapatkan oleh laki-laki

Paradigma feminis mengalami beberapa perkembangan dan terbagi dalam beberapa aliran, seperti Feminis Radikal, Feminis Liberal, Feminis Marxis & Sosialis, Feminis Gelombang Ketiga dan masih banyak lagi. Akan

tetapi, tidak semua paradigma feminis akan dijelaskan dalam penelitian ini. Penelitian ini hanya menyinggung aliran-aliran yang sesuai dengan fokus penelitian. Berikut adalah beberapa aliran feminis yang berkembang:

5.1 Feminis Liberal

Kenyataan bahwa ketimpangan perlakuan yang diterima oleh perempuan di masyarakat berujung pada asumsi yang menganggap peran perempuan hanya sebagai istri dan ibu, sehingga kelompok feminis liberal memfokuskan aspirasi mereka pada perjuangan kesetaraan atau emansipasi. Menurut Zoonen (dalam Curran & Gurevitch, 1991)) menambahkan bahwa menurut penelitian-penelitian terdahulu, penggambaran perempuan di media tidak begitu banyak jumlahnya. Kalaupun ada, perempuan dijabarkan menurut identitasnya sebagai ibu, istri, anak, kekasih, dan bahkan objek seksualitas.

Berikut adalah beberapa perkembangan pemikiran dan tindakan aliran liberal:

- a. Abad ke-18 (Pemikiran) – Persamaan Pendidikan
- b. Abad ke-19 (Pemikiran) – Persamaan Kebebasan
- c. Abad ke-19 (Tindakan) – Hak Pilih Perempuan
- d. Abad ke-20 (Tindakan) – Persamaan Hak, Persamaan Vs Perbedaan

Alison Jaggar sebagaimana digambarkan oleh Tong (2009) mengungkapkan bahwa pemikiran kaum liberal secara umum merujuk pada

persepsi manusia dibedakan dari hewan dari sisi daya pikir rasional yang dimiliki oleh manusia. Dengan demikian, manusia sebenarnya dibekali aspek moral dan aspek kebijaksanaan.

“Ketika akal didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami prinsip-prinsip moral yang rasional, maka nilai otonomi individu ditekankan. Sebaliknya, ketika akal didefinisikan sebagai kemampuan untuk menentukan cara terbaik untuk mencapai tujuan yang diinginkan, maka nilai pemenuhan diri ditekankan” (Jagger, dalam Tong 2009 : 11)

Lisbet van Zoonen (dalam Curran & Gurevitch, 1991) menambahkan pendapat di atas dengan menekankan pada reformasi feminisme yang dikumandangkan oleh kelompok liberal adalah bagian dari upaya mengubah aturan serta mendorong perempuan agar menjalani peran-peran non-tradisional. Perempuan perlu mengeksplor dirinya dengan merambah ke dunia pekerjaan yang bersifat maskulin, sebab hanya dengan begitu perempuan bisa memperoleh *power* untuk melawan budaya patriarki dan bias yang ada.

Para feminis ini menekankan bahwa masyarakat patriarkal mengonfigurasi seks dan gender, yang dianggap cocok untuk wanita hanya pekerjaan-pekerjaan yang terkait dengan kepribadian feminin tradisional. Pekerjaan-pekerjaan tertentu seringkali diasosiasikan dengan kaum perempuan, seperti sekretaris, perawat, pengasuh, pengajar, dan tidak begitu identik dengan profesi seperti teknisi, bisnis, ilmuwan, yang cenderung di asumsikan sebagai profesi “laki-laki”. Sebagai Contoh, sering kali kita

melihat lowongan kerja yang beredar menentukan gender tertentu untuk jenis pekerjaan tertentu. Untuk tipikal pekerjaan dengan mobilitas tinggi, perusahaan biasanya meminta tenaga kerja laki-laki dan bukan perempuan. Meskipun demikian, beberapa kasus menemukan bahwa laki-laki juga mengalami kesulitan memasuki wilayah kerja yang didentikkan dengan perempuan, akan tetapi diskriminasi atau perbedaan yang dialami perempuan jauh lebih buruk dibandingkan laki-laki.

Tong (2009: 35) juga menyebutkan bahwa aliran feminis liberal, dalam praktiknya, memiliki pandangan berbeda untuk menyikapi hambatan struktural dan kemajuan perempuan. Hal ini yang membagi kaum feminis liberal menjadi dua kelompok, yaitu *Classic Liberal* dan *Welfare Liberal*. Kelompok klasik mengutamakan pemerintahan yang terbatas, pasar bebas, hak politis dan hak legal. Menurut kelompok ini, seseorang harus diberikan kebebasan untuk mengemukakan pendapat, kebebasan agama dan nurani.

Kelompok *welfare liberal* mengajukan pendapat yang berbeda dimana menurut mereka pemerintah harusnya menyediakan dan mengakomodasi masyarakat, khususnya masyarakat kurang beruntung. Sebagai contoh, menyediakan rumah, pendidikan, layanan kesehatan dan keamanan sosial bagi masyarakatnya. Lebih lanjut, kelompok ini juga meyakini bahwa hak politik

dan legal tidak akan terwujud tanpa terpenuhinya hak sosial dan hak ekonomi.

5.2 Feminis Marxist dan Feminis Sosialis

Para ahli sepakat bahwa paham yang dianut oleh kelompok feminis Marxist dan sosialis saling berhubungan satu sama lain. Namun, untuk memahami letak persamaan, perbedaan hingga benang merah yang menghubungkan kedua aliran ini, kita perlu memahami konsepnya secara terpisah terlebih dahulu. Kaum sosialis yang digambarkan oleh Zoonen menganalisis fenomena feminisme berdasarkan analisis kelas dan ekonomi perempuan.

Menurutnya, pekerjaan perempuan tidak hanya menyangkut pekerjaan rumah tangga, yang mana dilakukan tanpa diupah sama sekali (dalam Curran & Gurevitch, 1991). Pekerjaan rumah tangga harusnya bersifat universal sebagai pekerjaan bersama antara suami dan istri tanpa ada spesifikasi terhadap gender tertentu. Artinya, perempuan perlu bekerja dan dibayar secara profesional tanpa mengesampingkan tugas rumah tangganya. Meskipun, tentu dalam praktiknya tetap terjadi ketimpangan jam kerja yang dibatasi bagi perempuan.

Hal senada diungkapkan oleh Tong (2009: 97) dimana perbedaan antara manusia dan hewan bukan terletak pada akal pikiran manusia yang

tidak dimiliki oleh hewan, melainkan ada pada bagaimana manusia memenuhi kebutuhan dasarnya. Setidaknya, itulah yang menjadi pemikiran Marx dan membedakannya dengan persepsi aliran feminis liberal. Menurut Marx, “Kita adalah apa yang kita lakukan untuk bertahan hidup dan memenuhi kebutuhan kita” (Tong, 2009: 97). Marx juga menambahkan bahwasanya cara manusia memproduksi kehidupan materialnya mempengaruhi proses umum kehidupan sosial, politik dan intelektual. Artinya, perempuan juga perlu bekerja dan dibayar secara profesional tanpa mengesampingkan tugas rumah tangganya. Meskipun, tentu dalam praktiknya tetap terjadi ketimpangan jam kerja yang dibatasi bagi perempuan.

Pendapat Marx dapat diartikan bahwa kesadaran manusia tidak menentukan eksistensinya, justru eksistensi sosial lah yang menentukan kesadaran manusia. Pemikiran ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Richard Schmitt sebagaimana digambarkan oleh Tong, yaitu laki-laki dan perempuan melalui produksi kolektif menciptakan masyarakat yang kemudian membentuk mereka. Sederhananya, seorang perempuan atau seorang laki-laki lazimnya adalah hasil bentukan masyarakat di sekitarnya.

Banyak perempuan yang tidak bisa membentuk citra diri baik karena status pekerjaannya. Hal ini membuat eksistensi sosialnya tidak berjalan dengan baik dan berimbas pada terjadinya penindasan/pelecehan terhadap perempuan tersebut. Kaum aliran Marxist juga menjelaskan adanya hubungan

kekuasaan kapitalis dengan eksploitasi menimpa kaum perempuan, misalnya eksploitasi di media, lingkungan kerja, hingga dunia prostitusi.

Kita sering mendengar kalimat *“pekerjaan perempuan tidak ada habisnya”*, kalimat ini lebih dari sekedar kiasan yang memiliki makna mendalam. Perempuan membentuk figurnya/identitasnya sendiri yang mana tidak akan tercapai apabila peran mereka dalam keluarga maupun lingkungan kerja tidak menempatkan mereka secara sosial dan ekonomi lebih rendah dari laki-laki. Kita sering menemukan kasus percetakan hingga perceraian yang terjadi karena kemampuan finansial perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki dalam sebuah rumah tangga. Hal ini berimbas pada tersinggungnya ego laki-laki sang suami.

Tong (2009) menyimpulkan bahwa perbedaan mendasar dari keduanya terletak pada substansi pemikiran aliran ini. Kelompok feminis Marxist yang dipelopori oleh Marx, Engels, Lenin, serta para filsuf abad 19 sepakat bahwa kelas merupakan penyebab utama terjadinya penindasan/pelecehan terhadap perempuan. Di sisi lain, kaum sosialis berpendapat bahwa kelas bukanlah satu-satunya penyebab utama, penyebab lainnya adalah ras, etnis, dan termasuk orientasi seksualitas.

Eksploitasi yang dijelaskan oleh Marx berkaitan erat dengan kelas-kelas sosial yang terbentuk di masyarakat sebagai akibat dari kesenjangan

ekonomi dan kekuasaan. Perlakuan yang diterima antara perempuan dari golongan atas dan bawah tentu tidak sama. Perempuan-perempuan golongan bawahlah yang lebih banyak menjadi objek eksploitasi masyarakat. Bahkan, penindasan yang terjadi tidak hanya antara laki-laki dan perempuan, namun juga perempuan dan perempuan. Dalam dunia prostitusi misalnya, mereka yang dianggap memiliki daya tarik lebih, penampilan serta keterampilan lebih tentu akan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

B. Kajian Teori

1. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Gagasan pokok konstruktivisme sendiri diprakarsai oleh Giambattista Vico yang kemudian menjadi cikal bakal pemikir konstruktivisme (Nurhadi, 2015:120). Menurut Vico, makna “mengetahui” artinya “mengetahui bagaimana membuat sesuatu” yang mana seseorang dianggap “memiliki pengetahuan” ketika ia bisa menjelaskan unsur-unsur yang membangun sesuatu tersebut.

Vico juga menekankan bahwa sebenarnya hanya Tuhan yang memiliki pengetahuan tersebut karena Tuhan lah yang membangun atau menciptakan alam semesta, sedangkan pengetahuan manusia didasari pada pengetahuan sebelumnya atau hasil konstruksi sesuatu. Pendapat ini sejalan dengan

pemikiran Delia (Griffin, 2012:98) bahwa paham konstruktivisme menjelaskan tentang kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk menafsirkan atau menginterpretasi dunia berbeda-beda. Akibatnya, perilaku individu juga akan berbeda tergantung pada situasi sosial dimana ia berada, berkomunikasi dengan orang lain, bahkan dalam memproduksi sebuah wacana.

Pengunjung yang datang ke negara-negara Islam menunjukkan perilaku yang berbeda selama berada di negara-negara tersebut, mulai dari adat cara berpakaian, salam, hingga etika. Mereka memiliki kesadaran mental akan hal-hal yang harus dan tidak seharusnya dilakukan selama berkunjung. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perilaku turis selama berada di negara yang bukan asalnya merupakan hasil konstruksi. *“Struktur mental yang dikembangkan oleh seseorang membuat ia mungkin akan melakukan tindakan/perilaku tertentu”* (Littlejohn & Foss, 2009)

Secara umum, konstruktivisme dapat diklasifikasikan ke dalam 3 jenis (Nurhadi, 2015:121), yaitu:

1. *Radical Constructivism* : Kaum konstruktivisme radikal menolak adanya hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai kebenaran. Mereka hanya mengakui pengetahuan yang dibentuk secara mental atau dalam pikiran kita. Pengetahuan ini berasal dari pengalaman individu sehingga bersifat subjektif, artinya tidak bisa dibagi kepada orang lain dan harus melakukan konstruksi sendiri.

2. *Hypothesis Realism* : pengetahuan merupakan sebuah dugaan/asumsi dari struktur realitas yang mendekati realitas dan menuju pengetahuan yang hakiki
3. *Konstruktivisme Biasa* : pengetahuan adalah gambaran dari realitas, sehingga pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dilihat sebagai gambaran yang terbentuk dari realitas objektif dalam dirinya sendiri.

Ketiganya sama-sama menjelaskan bahwa konstruktivisme merupakan upaya manusia dalam menginterpretasi realitas dunia yang ada sebagai akibat terjadinya hubungan atau relasi sosial antara manusia dengan manusia serta manusia dengan alam. Hal inilah yang kemudian menjadi landasan bagi konsep konstruksi sosial yang dicetuskan oleh Berger dan Luckmann. Kita berusaha mengkonstruksikan sendiri pengetahuan dengan menggunakan pengetahuan yang telah ada (Nurhadi, 2015:12)

Teori konstruksi realitas sosial digagas oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yang dibangun dari filsafat konstruktivisme, khususnya konstruktif kognitif. Keduanya memisahkan antara “pengetahuan dan kenyataan” dalam menjabarkan realitas sosial. Realitas memiliki kualitas dan diakui keberadaannya serta tidak bergantung pada kehendak seseorang. Realitas kemudian dapat dipastikan nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik melalui pengetahuan (Berger dan Luckmann dalam Bungin, 2008)

1.1 Realitas Sosial, Konstruksi Sosial dan Defini Sosial

Manusia dijabarkan oleh Ritzer (1992) sebagai aktor kreatif dalam menciptakan realitas sosial. Norma, hukum, etika, nilai-nilai adalah bentuk fakta sosial yang biasanya dibuat untuk mengatur perilaku manusia. Akan tetapi, manusia sebenarnya memiliki kebebasan untuk bertindak diluar batasan-batasan tersebut. Terlebih lagi bagaimana manusia merespon lingkungan sekitarnya secara kognitif. Perilaku manusia memang seringkali dibatasi oleh seperangkat peraturan sosial tertentu, namun tidak dengan pikirannya (Bungin, 2008).

Bungin (2008) menyimpulkan bahwa realitas sosial merupakan ciptaan manusia melalui konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya. Individu mengkonstruksi realitas sosial dan merekonstruksinya dalam dunia realitas. Teori ini memiliki beberapa asumsi dasar, yaitu:

- a. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya
- b. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan
- c. Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus
- d. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri, sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian

bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik.

1.2 Pengetahuan sebagai Fondasi dalam Kehidupan Sehari-hari

Berger dan Luckmann (1991:33) menyebutkan ada tiga hal yang berkaitan dengan pengetahuan sebagai fondasi kehidupan sehari-hari serta mempengaruhi konstruksi diri, yakni:

- a. Realitas kehidupan sehari-hari; tatanan realitas sehari-hari telah terbentuk bahkan sebelum kita ada dan menjadi pengetahuan dasar bagi manusia dalam berperilaku. Manusia memiliki kesadaran terhadap apa yang telah dikonstruksikan oleh tatanan sosial dan menyesuaikan diri untuk mengikuti tatanan realitas tersebut. Manusia tidak bisa lepas dari interaksi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, dengan demikian cara kita merespon dunia disekeliling saling berkorespondensi dengan cara orang lain menghadapi sekitarnya. \
- b. Interaksi sosial sehari-hari; interaksi sosial berkaitan dengan komunikasi langsung *face to face* maupun tidak yang kita lakukan dengan orang lain setiap hari pada tingkatan tertentu. Tingkatan yang dimaksud berkaitan dengan tingkat *intimacy* dan *anonimit*. Keduanya mempengaruhi penilaian subjektivitas terhadap identitas lain yang menjadi lawan interaksi kita.

- c. Bahasa dan pengetahuan sehari-hari; manusia memproduksi tanda yang dapat dibedakan objektivitasnya melalui intense penggunaannya atau makna subjektiv dibalik penggunaan tanda tersebut. Bahasa merupakan ssitem vocal tanda yang digunakan manusia untuk mengekspresikan berbagai hal subjektiv terkait dirinya. Dengan demikian, bahasa penting untuk membantu kita dalam memahami realitas kehidupan sehari-hari. Sebab, bahasa merujuk pada pengalaman yang dialami oleh manusia secara sadar dan didominasi oleh tindakan pragmatik.

2. Teori Interaksi Simbolik

Ralph LaRossa dan Donald C.Reitzes (dalam West dan Turner, 2014) berpendapat bahwa teori interaksi simbolik menekankan pada makna dibentuk oleh individu melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsic terhadap apapun. Sehingga, konstruksi interpretatif di tengah masyarakat dibutuhkan untuk menciptakan makna. Menurut mereka, ada tiga tema besar dalam teori interaksi simbolik ini, yakni:

- 2.1 Asumsi-asumsi untuk tema pertama yakni pentingnya makna bagi perilaku manusia oleh Herbert Blummer (1969) adalah:
 - a. *Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka*

Pada asumsi ini, perilaku manusia dijabarkan sebagai suatu rangkaian pemikiran dan perilaku yang dilakukan secara sadar antara rangsangan dan respon orang lain terhadap rangsangan tersebut (West dan Turner, 2014). Artinya, manusia ketika menunjukkan perilaku tertentu atau pemikiran tertentu bisa jadi dipengaruhi oleh pendapat orang lain. Diluar apakah kita nyaman atau tidak, terpaksa atau tidak berperilaku seperti itu. Seringkali, kita lebih mengutamakan penilaian orang lain yang merangsang kita untuk berperilaku atau berpikir menurut cara-cara tertentu.

Lebih lanjut West dan Turner juga menambahkan bahwa makna yang kita berikan pada simbol merupakan produk dari interaksi sosial dan menggambarkan kesepakatan kita untuk menerapkan makna tertentu pada simbol tertentu pula. Misalnya, di India orang sepakat bahwa *mangalsutra* dan *sindoor* merupakan simbol dari perempuan yang telah menikah. Sehingga apabila kita bertemu perempuan yang menggunakan *mangalsutra* dan *sindoor* maknanya adalah dia telah menikah.

b. Makna Diciptakan dalam Interaksi Antar Manusia

Herbert Mead (West dan Turner, 2014) makna ada ketika orang-orang memiliki interpretasi yang sama terhadap simbol sedang dipertukarkan dalam interaksi. Seperti yang telah disebutkan di atas, Blummer (dalam West dan Turner, 2014) menyebutkan 3 cara untuk menjelaskan asal makna. Teori

interaksi simbolik merujuk pada pendekatan ketiga, yakni makna diartikan sebagai sesuatu yang terjadi di antara orang-orang.

c. Makna Dimodifikasi Melalui Proses Interpretatif

Ada dua tahapan dalam proses interpretative menurut Blummer, yaitu: (1) Para Pelaku menentukan benda-benda yang mempunyai makna dan (2) Pelaku terlibat dalam memilih, mengecek, dan merubah makna di dalam konteks di mana mereka berada.

2.2 Pentingnya Konsep Diri

Konsep diri (self-concept) dijelaskan oleh West dan Turner (2014) sebagai seperangkat persepsi yang relative stabil yang dipercaya orang mengenai dirinya sendiri. Sebagai contoh cara pandang seseorang atau penilaiannya terhadap karakteristik, ciri fisik, peran, talenta, kelebihan, kelemahan, emosi, kepercayaan, nilai, keahlian, dsb sendiri merupakan konsep dirinya. Ada dua asumsi tambahan untuk tema ini menurut LaRissan dan Reitzes (West dan Turner, 2014).

a. Individu Mengembangkan Konsep Diri melalui Interaksi dengan Orang Lain

Menurut asumsi ini, perasaan tentang diri sendiri yang dibangun tidak selamanya besentuhan dengan orang lain. Memang, konsep diri lahir akibat adanya interaksi kita dengan orang lain. Artinya, pada saat kita berinteraksi

dengan orang lain, seringkali membentuk cara pandang kita terhadap diri kita sendiri. Misalnya, anak yang dididik dalam keluarga demokratis akan memiliki penilaian terhadap diri sendiri yang berbeda dengan anak-anak yang dididik dalam lingkungan keluarga otoriter. Tidak heran apabila kita sering menemukan pertentangan terhadap konsep atau citra diri seseorang, terutama dalam lingkungan keluarga.

b. Konsep Diri Memberikan Motif Penting untuk Perilaku

Herbert Mead (dalam West dan Turner, 2014) melihat diri sebagai sebuah proses dan bukan struktur, dimana manusia cenderung memiliki mekanisme sendiri dalam berinteraksi dengan dirinya. Mekanisme tersebut kemudian digunakan untuk menuntun perilaku dan sikapnya. Pemikiran dan rasa memiliki diri seseorang terhadap dirinya sendiri akan menuntun orang tersebut untuk berperilaku sedemikian rupa agar bisa memenuhi harapan-harapannya. Proses ini juga dikenal dengan prediksi pemenuhan diri (self-fulfilling prophecy).

2.3 Hubungan antara Individu dan Masyarakat

Ada dua asumsi yang diajukan oleh Mead dan Blummer untuk tema terakhir ini, antara lain:

a. Orang dan Kelompok Dipengaruhi oleh Proses Sosial dan Budaya

Asumsi ini mengakui bahwa perilaku individu dibatasi oleh norma-norma sosial yang ada. Sebagai contoh, cara kita berpakaian ketika menghadiri

acara pemakaman, jalan-jalan kepantai, atau menghadiri acara formal tentu berbeda. Cara kita berpakaian harus sesuai dengan konteks tempat yang kita datangi. Artinya, manusia dalam berperilaku sehari-hari tidak bisa sesuka keinginan kita. Ada aturan, norma atau nilai yang perlu diperhatikan dalam interaksi sosial kita.

b. Struktur Sosial dihasilkan melalui Interaksi Sosial

Asumsi ke-dua ini hadir sebagai penengah bagi asumsi di atas, dimana pelaku interaksi sosial memiliki pilihan untuk memodifikasi aturan yang ada. Manusia bisa saja memilih untuk mengikuti norma yang telah ada maupun tidak.

3. Teori Kritis

Mayoritas teori yang ada cenderung berfokus untuk menjelaskan lembaga serta struktur yang terbentuk melalui sebuah interaksi sosial, tanpa mempertanyakan hasil yang diperoleh. Oleh karenanya, pemikiran kritis lahir dengan tujuan mengisi cela atau kekurangan dari teori-teori tersebut. Dalam perspektif teori kritis, interaksi sosial yang terjadi di masyarakat turut dipengaruhi oleh kekuasaan, hegemoni dan dominasi pihak-pihak tertentu. Hal ini berimbas pada opini publik maupun perilaku yang tercipta di masyarakat.

Teori kritis dimaksudkan untuk mempertanyakan ketimpangan-ketimpangan sosial yang terjadi dan “dimaklumi” sebagai sebuah realitas

sosial yang normal atau wajar. Karl Marx adalah salah satu penggagas pemikiran kritis dengan konsepnya yang dikenal dengan Marxisme. Marx sebagaimana disebutkan oleh Sim dan Van Loon (2004) mengungkapkan bahwa kapitalisme yang terjadi di masyarakat berujung pada terbentuknya kelas sosial antara kaum borjuis dan proletariat. Perang idealisme dan materialism menjadi sesuatu yang tidak terelakkan bagi masyarakat kala itu. Hal tersebut yang menjadi pemicu ketidaksamarataan dalam masyarakat.

Konsep yang dikembangkan oleh Marx nampaknya melupakan aspek lain yang muncul seiring dengan berkembangnya jaman, yaitu hadirnya kelompok kelas menengah. Inilah yang kemudian dikembangkan oleh pemikir kritis lainnya dengan menggunakan perspektif Marx sebagai landasannya.

Alan How (2003) menggambarkan teori kritis sebagai sebuah "spekulasi" yang sudah seharusnya ada untuk menunjukkan keburaman maupun ketidakadilan dalam realitas sosial. Misalnya, sebuah diskursus atau wacana tidak hanya berisikan serangkain kata yang membentuk sebuah teks saja, namun merupakan hasil enkripsi kode-kode tertentu untuk diterjemahkan secara mendalam. Masyarakat seyogyanya tida menerima dogma yang ada begitu saja, namun memahami dengan benar apa yang direfleksikan oleh keberadaan dogma tersebut.

Pendapat yang tidak jauh berbeda diungkapkan oleh Littlejohn dan Foss (2009) yang secara khusus, menjelaskan teori kritis sebagai sebuah

tawaran kerangka kerja untuk menganalisis kompleksitas dan kontradiksi marjinalisasi dan perlawanan dalam masyarakat. Penting untuk dicatat di awal bahwa teori kritis bukanlah teori yang tepat tetapi satu set kerangka teori komplementer yang meneliti struktur dominasi dalam masyarakat untuk membuka kemungkinan bagi pembebasan orang, makna, dan nilai-nilai.

3.1 Aliran Frankfurt (Frankfurt School)

Teori kritis aliran Frankfurt atau yang biasa disebut Frankfurt School digagas oleh sekumpulan filsuf Jerman. Para filsuf ini menggunakan akar pemikiran Marx untuk mengembangkan gagasan terkait teori kritis hingga ke ranah yang tidak terjangkau oleh Marx sendiri. Max Horkheimer sebagai tokoh pertama aliran Frankfurt menggunakan teori Marxisme dalam memahami ketidaksetaraan, eksploitasi, pengucilan, ideologi, kelas dan juga marjinalisasi. Fokus Horkheimer adalah untuk mengungkapkan bagaimana struktur sosial dapat membentuk dan memarjinalkan kelompok tertentu. Horkheimer juga menyarankan agar para ahli menggunakan penelitian interdisiplin untuk mengkaji teori ini (Littlejohn dan Foss, 2009).

Tokoh lain dalam aliran ini misalnya, Erich Froman (dalam Littlejohn dan Foss, 2009) yang berpendapat bahwa terdapat hubungan antara kebebasan diri dan kontrol sosial. Oleh sebab itu, ketika seseorang memperoleh kebebasan, mereka cenderung mencari otoritas untuk menegaskan kebebasan tersebut. Disisi lain, menurut Marcus (dalam How, 2003),

teknologi dan ilmu pengetahuan memberi ruang terciptanya hubungan yang tidak begitu manipulative untuk mencapai tujuan emansipasi.

Pendapat Marcus dielaborasi oleh Habermas (How, 2003) yang mengatakan bahwa tindakan komunikatif sangat erat berkaitan dengan manusia. Adalah sebuah kecenderungan bagi manusia untuk berkomunikasi demi memahami dunia, mencapai kesepakatan, membentuk perspektif baru, dan lainnya. Artinya, semua orang sebenarnya berhak untuk mengutarakan pendapatnya dan terlibat dalam sebuah percakapan tanpa ada batasan dan tekanan ideologi dari pihak lain. Inilah yang kemudian disebut dengan ruang publik.

Habermas (1989) menggambarkan ruang publik sebagai sebuah domain khusus yang membedakannya dengan ruang privat. Lebih lanjut, ruang publik merupakan tempat dimana orang-orang dengan pribadi berbeda berkumpul sebagai publik dengan tujuan untuk memperluas pengetahuannya. Hal ini bisa mengarah pada terciptanya perubahan politis di masyarakat. Ruang publik membutuhkan akses tidak terbatas terhadap informasi, kesetaraan dalam partisipasi yang terlindungi dan bebas dari pengaruh institusi, khususnya yang berkaitan dengan hal ekonomi. Oleh sebab itu, Habermas menyatakan bahwa ruang publik tidak mungkin tercipta dalam konteks modernitas yang lebih luas karena adanya pengaruh kapitalisasi perusahaan media massa.

Pendapat Habermas terkait media massa yang tidak lagi bisa dikategorikan sebagai ruang publik cukup kontras dengan yang diungkapkan oleh Gripsrud dan Moe. Keduanya mengelaborasi ruang publik sebagai sebuah ruang atau tempat terjadinya komunikasi antar masyarakat terkait aturan-aturan sosial mereka. Dalam konteks ini, media massa menjadi sarana penting yang diperuntukkan sebagai ruang publik. Media massa sendiri telah mengalami perkembangan mulai dari media cetak, media elektronik hingga media internet (Gripsrud dan Moe , 2010).

Meskipun demikian, Habermas tidak sendirian dalam asumsi ini, John Stuart Mill juga berpendapat bahwa media massa misalnya surat kabar mengancam terbentuknya ruang publik. Media kapitalisasi yang terjadi membuat media massa cenderung “menggerakkan” serta “membentuk” opini publik melalui informasi yang ditampilkan. Akibatnya, opini publik tidak terbentuk secara alami, namun telah dipengaruhi oleh pihak-pihak lain. Hal ini bertolak belakang dengan konsep ruang publik madani dan demokratis yang digagas oleh Habermas sendiri.

Asumsi Habermas dan Mill cukup kuat, mengingat media massa harusnya hanya berperan dalam menyediakan informasi secara objektif tanpa ada unsur propaganda maupun kultivasi tersembunyi di dalamnya. Akan tetapi, perkembangan teknologi juga berimbas pada perkembangan kapitalisasi di lingkup media massa. Kepemilikan media massa serta

hubungan politis pemilik media mengaburkan peran profesionalisme media massa sebagai salah satu sarana terciptanya ruang publik. Opini publik maupun wacana publik harusnya merupakan gagasan kritis yang murni berasal dari masyarakat setelah menilai kondisi yang sementara terjadi. Keterlibatan media dalam mengarahkan opini publik juga dapat berimbas pada penekanan terhadap pendapat-pendapat minoritas yang tidak ikut terpengaruh terhadap wacana buatan media.

Meskipun demikian, ruang publik Habermas juga tidak terlepas dari kritik feminis yang mempertanyakan apakah ruang publik selama ini sudah mampu mengakomodasi suara-suara perempuan, melibatkan perempuan secara setara, memberi perhatian khusus pada isu-isu perempuan dan lain sebagainya.

3.2 Asumsi Teori Kritis

Musthofa (2008) dalam tulisannya menyebutkan bahwa teori kritis berfungsi untuk membebaskan manusia dari irasionalisme, sehingga teori ini sering kali disebut bersifat emansipatoris. Menurutnya, terdapat beberapa asumsi atau karakteristik dasar teori kritis, antara lain:

- a. Kritis terhadap masyarakat; teori ini mempertanyakan sebab terjadinya penyelewengan dalam masyarakat.

- b. Teori kritis berpikir secara historis; teori ini dibangun dari situasi pemikiran maupun situasi sosial tertentu, sehingga memiliki latar belakang historis
- c. Teori kritis tidak menutup diri; menurut aliran Frankfurt, teori harusnya bebas dan memiliki kekuatan, nilai, serta mampu mengkritik dirinya sendiri

Tidak ada pemisahan antara teori dan praktek; rasio praktis tidak boleh dicampuradukkan dengan rasio instrumental yang hanya memperhitungkan alat atau sarana semata. Aliran Frankfurt menunjukkan bahwa teori atau ilmu yang bebas nilai adalah palsu. Teori kritis harus selalu melayani transformasi praktis masyarakat.

C. Hasil Riset yang Relevan

Peneliti mengambil beberapa contoh riset yang relevan:

1. Sven Wallström (2017) dengan judul Tesis *“A Critical Discourse Analysis of the media portrayal of Melania Trump as Ibu Negara”*

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana media menggambarkan Melania Trump dengan perannya sebagai *Ibu Negara*. Metode penelitian yang digunakan oleh Wallström adalah analisis wacana kritis Norman Fairclough dan Teori gender Yvonne Hirdman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa the *The New York Times* menggambarkan Melania

secara negatif dimana ia dianggap terlalu ambisius, lebih mengutamakan kepentingan pribadi dibandingkan perannya sebagai *Ibu Negara*, sering meniru figur *Ibu Negara* pendahulunya dan lainnya. Poinnya, Melania digambarkan sebagai sosok yang tidak begitu sesuai untuk mengemban peran barunya ini.

2. Fadhillah Sri Meutia (2017) dengan judul Jurnal Membaca “Tinung” dalam Film *Ca Bau Kan: Analisis Wacana Kritis dalam Perspektif Gender*

Penelitian ini berupaya memaparkan representasi wanita dalam film *Ca Bau Kan* melalui analisis wacana kritis model Sara Mills dalam menganalisis film menggunakan perspektif gender, kemudian digunakan teori konstruksi realitas milik Berger dan Luckmann untuk melihat bagaimana wanita dicitrakan dalam film. Melalui perspektif gender dalam media, tulisan ini mengungkapkan cara kerja media film dalam membentuk konstruksi realitas mengenai wanita, yang diidentikkan dengan kepasifan, kepatuhan serta ketergantungan terhadap pria. Serta bagaimana perbedaan antara maskulinitas dan feminitas dilanggengkan oleh budaya media. Terakhir, tulisan ini ditutup dengan simpulan akan pentingnya persamaan hak antara perempuan dan laki-laki sehingga industri perfilman mampu merepresentasikan perempuan pada media secara lebih baik, memberikan perspektif gender terhadap masyarakat khususnya penonton muda Indonesia.

3. Nuke Ladyna Anggerawati (2016) dengan judul Tesis “Konstruksi Identitas melalui Fashion dalam Novel-novel Karya Syahmedia Dean

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi identitas tokoh melalui fashion. Fashion telah menjadi sebuah simbol yang memiliki makna beragam, mulai dari status, peran, simbol politis, atau hanya sekedar elemen penunjang dalam kecantikan berbusana saja. Penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes untuk melihat makna-makna dibalik fashion para tokoh yang ditampilkan. Hasilnya adalah novel-novel ini menunjukkan konstruksi identitas seseorang dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan fashion yang ia gunakan. Konstruksi identitas ini bermaksud untuk memenuhi kepentingan orang tersebut, misalnya memasuki lingkungan baru yang lebih berkelas. Konstruksi identitas yang dilakukan membawa para tokoh kepada identitas baru dan mengorbankan identitas mereka terdahulu. Pada akhirnya, kehilangan identitas yang sebenarnya menyebabkan akhir yang tidak bahagia.

Penelitian ini berbeda dari ketiga penelitian terdahulu dari sisi objek dan subjek penelitian. Penelitian ini dikembangkan dari penelitian-penelitian terdahulu dengan fokus yang lebih luas, dimana tidak lagi hanya menunjukkan penggambaran perempuan di media. Penelitian ini berusaha melihat upaya konstruksi yang dilakukan oleh media sebagai respon terhadap realitas sosial yang ada di masyarakat tentang sosok Melania

Trump dan melahirkan konstruksi realitas sosial yang baru. Dalam penelitian terdahulu, perempuan cenderung menjadi objek konstruksi yang dilakukan pihak lain.

Hal tersebut yang menjadi perbedaan lain antara penelitian ini dengan penelitian terdahulunya. Pergerakan feminis yang terus berkembang hari ini serta perkembangan media baru yang sangat pesat menjadi alat pergerakan perempuan yang cukup efektif dan efisien. Perempuan tidak lagi hanya menjadi objek konstruksi, namun subjek konstruksi dengan memanfaatkan teknologi media baru, khususnya media sosial. Penelitian ini mencoba membandingkan konstruksi yang dilakukan dengan menempatkan perempuan sebagai objek dan subjek'/pelaku konstruksi, bagaimana wacana atau diskursus feminisme kemudian menjadi isu yang hangat untuk dibicarakan.

D. Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan Melania Trump sebagai objek penelitian, khususnya berkaitan dengan identitas Melania sebagai Ibu Negara AS. Bagaimana Melania Trump memanfaatkan media sosial Instagramnya dalam mengkonstruksi citranya sebagai Ibu Negara sekaligus membentuk realitas subjektif yang baru serta rekonstruksi Melania menurut perspektif media, dalam hal ini direpresentasikan oleh media *nytimes.com*. Analisis konstruksi

yang terjadi pada dua media berbeda ini di lihat menggunakan konsep AWK dan feminisme yang digagas oleh Sara Mills. Adapun skema kerangka konseptual penelitian ini dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Skema 2. Kerangka Konseptual Penelitian

