

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

**ANALISIS PEMBENTUKAN CITRA PADA MEDIA
SOSIAL YANG DIMILIKI FELIX SIAUW**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau



DWI NURSAFITRI

NPM : 179110237

PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2021

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan karunianya dan atas dukungan dan doa-doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan selesai diwaktu yang tepat. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khuturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada kedua orang tua saya yang selalu memperjuangkan dan memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya. Skripsi ini sebagai tanda bahwa perjuangan orang tua saya tidak sia-sia.

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

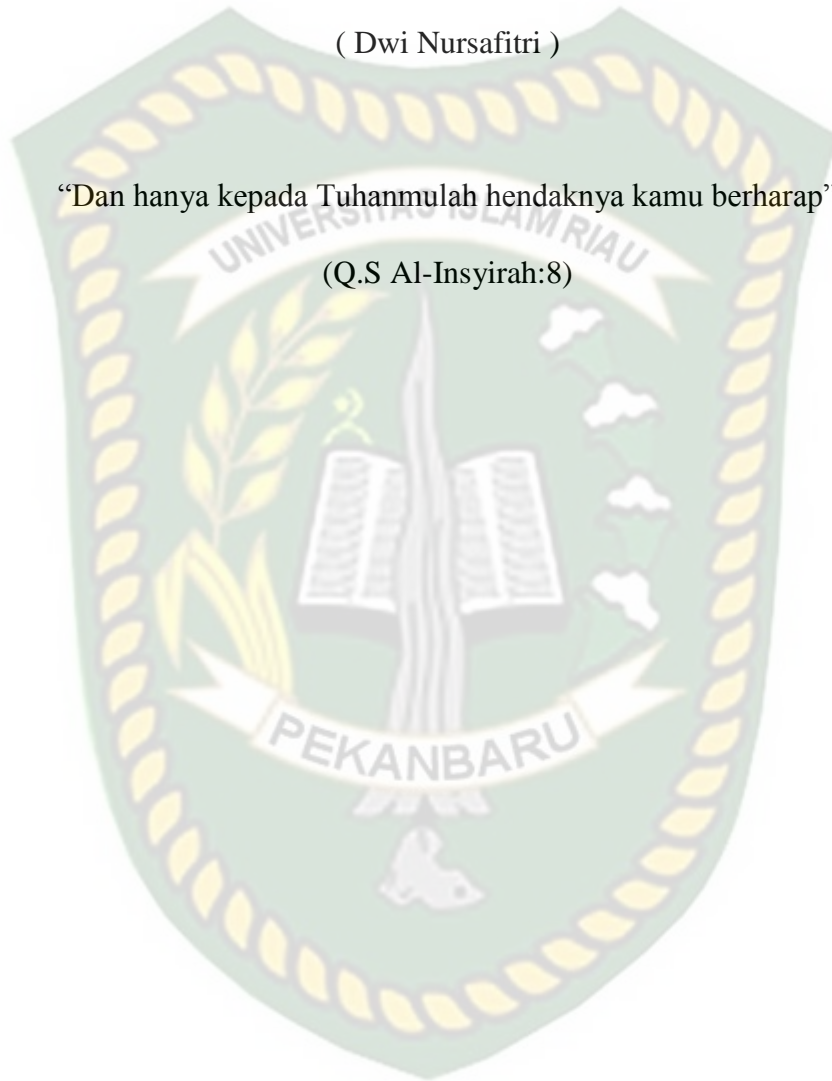
MOTTO

Jangan pernah bermimpi atau berharap, karena harapanmu yang akan mengantarkan sebuah keajaiban.

(Dwi Nursafitri)

“Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(Q.S Al-Insyirah:8)



KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati mengucapkan Alhamdulillah dan penuh rasa syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala untuk segala nikmat dan kekuatan yang telah diberikan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini, sehingga dengan rahmat dan karunia-nya kepada penulis sehingga karya ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan semua pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH, MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau
2. Muhd AR Imam Riau, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
3. Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Tessa Sharini, B. Comm. M. Hrd selaku dosen pembimbing dalam menyelesaikan proposal dan skripsi penulis di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah banyak memberikan Ilmu Pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Staf dan Karyawan Universitas Islam Riau yang banyak memberikan bantuan selama masa perkuliahan.

7. Kepada orang tua ku Ayahanda Ruslan dan Ibunda Indra Gandhi yang selalu memberikan kasih dan sayang serta dukungan kepada penulis, dan doa yang tiada henti-hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada kakak ku Utami Juwita dan adik-adik ku Ade, Ryan, Gusti dan Kayla Terimakasih selalu mendukung dan memberikan semangat selama kuliah.
9. Buat kekasih ku M. Rizky Firdani terima kasih selalu ada dan memberi semangat serta memotivasi. Dan berjuang bersama-sama untuk memperoleh gelar sarjana.
10. Buat sahabatku Cindy Septiani, Dinda Ayu Ramadani, Khairunnisa, Natasya, Pretty Pitaloka, Ranti Nopita, Roza Fitria dan Yolanda Novitri terimakasih sudah membantu dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada seluruh teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau sukses untuk kita semua dalam mencapai gelar Sarjana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat

bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Pekanbaru, 21 April 2021

Penulis

Dwi Nursafitri
179110237



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR ISI

Judul (<i>Cover</i>)	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Komprehensif Skripsi	
Lembar Pengesahan	
Lembar Pernyataan Tidak Plagiat	
Halaman Persembahan.....	i
Motto	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar	ix
Abstrak.....	x
<i>Abstract</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Fokus Penelitian	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Kajian Literatur	12
1. Komunikasi.....	12
2. Komunikasi Interpersonal	13
3. Citra	17
4. Media.....	23
5. Instagram	25
6. Analisis Isi	29
B. Definisi Operasional.....	32
1. Citra	32
2. Media Sosial	33
3. Komunikasi Interpersonal	33
C. Penelitian Terdahulu yang relevan	33
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan Penelitian	37

B. Subjek dan Objek Penelitian	37
C. Lokasi dan Waktu.....	38
D. Sumber Data.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	40
G. Teknik Analisis Data.....	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN43

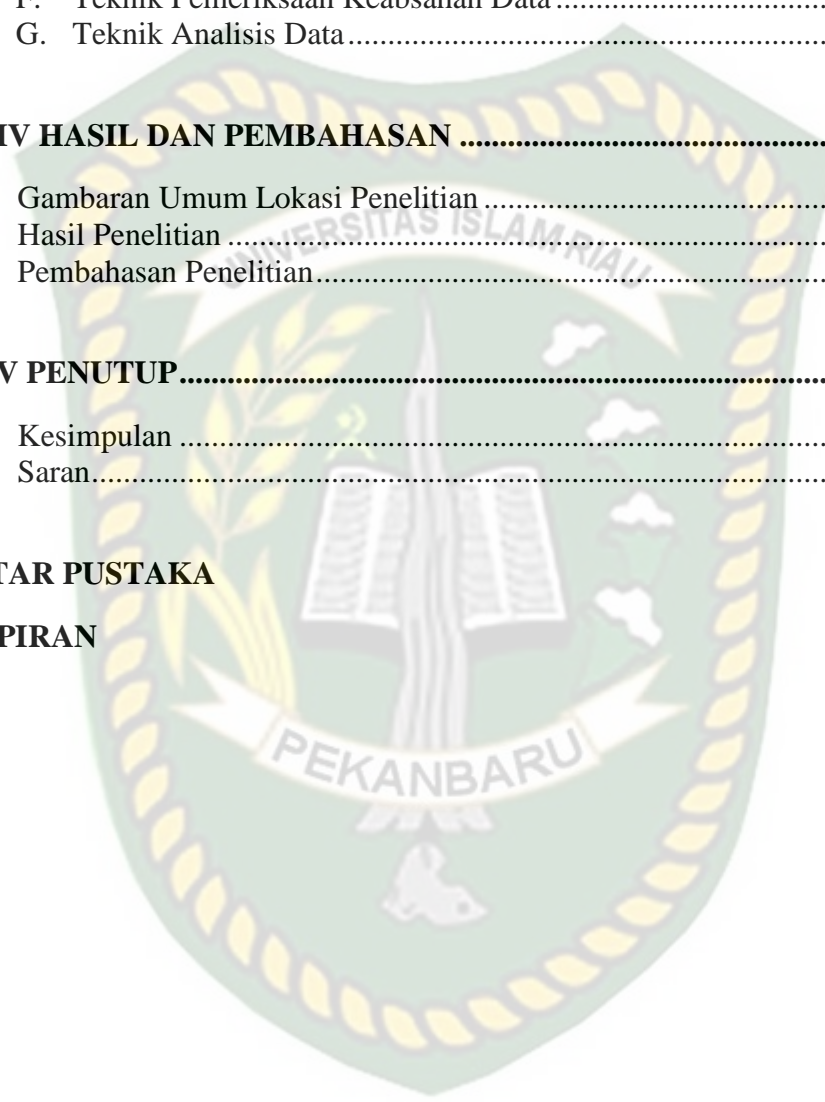
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	43
B. Hasil Penelitian	47
C. Pembahasan Penelitian.....	53

BAB V PENUTUP59

A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneitian Terdahulu yang Relevan	34
Table 3.1 Jadwal Kegiatan Rencana Penelitian	38
Tabel 4.1 Hasil Analisis Teori Semiotika Felix Siauw Dalam Media Sosial Instagram	54
Tabel 4.2 Hasil Analisis Teori Semiotika Felix Siauw Dalam Pembetulan Citra	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platfrom Media Sosial yang Aktif.....	5
Gambar 1.2 Akun Instagram Felix Siauw	7
Gambar 1.3 Komenta yang Ada di Akun Instagram Felix Siauw	8
Gambar 4.1 Satu citra pembentukan di media sosial Felix Siauw	50
Gambar 4.2 Filter gelap yang digunakan oleh Felix Siauw untuk feed Instagram	52



Abstrak

ANALISIS PEMBENTUKAN CITRA PADA MEDIA SOSIAL MILIK USTAD FELIX SIAUW

Dwi Nursafitri

179110237

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pembentukan citra pada media sosial milik ustad felix siauw. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) dimana untuk mengkaji perilaku manusia secara tidak langsung melalui analisis terhadap komunikasi dimana secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah dan menganalisa dokumen untuk memahami makna, signifikansi dan relevansinya. Teknik pengumpulan data dimulai dari observasi dan dokumentasi dari media social milik ustad felix siauw. Berdasarkan deskripsi postingan yang dipilih, maka dapat diuraikan bahwa semiotika tanda yang digunakan itu berupa video Reels pada Instagram, dengan objek berupa visual seperti gambar, warna dan grafis serta teks narasi. Dapat disimpulkan bahwa bentuk citra diri seorang Felix Siauw yang sederhana, berjiwa muda, serta menampilkan sifat ramah antar sesama.

Kata Kunci: Ustad Felix Siauw, Pembentukan Citra pada Media Sosial

Abstract

***ANALYSIS OF IMAGE FORMATION ON SOCIAL MEDIA OWNED
FELIX SIAUW***

This research was conducted to find out and analyze how the image formation on social media belonging to Ustad Felix Siau. This study uses a qualitative approach by using content analysis method which is to examine human behavior indirectly through an analysis of communication which is conceptually to find, identify, process and analyze documents to understand their meaning, significance and relevance. The data collection technique started from observation and documentation from social media belonging to Ustadz Felix Siau. Based on the description of the selected posts, it can be explained that the semiotics of the signs used are in the form of Reels videos on Instagram, with visual objects such as images, colors and graphics as well as narrative text. It can be concluded that the form of Felix Siau's self-image is simple, young at heart, and displays a friendly nature between people.

Keywords: *Ustad Felix Siau, Image Formation on Social Media*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Pengertian komunikasi secara umum adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara 2 orang atau lebih dengan saling menyampaikan pesan atau bertukaran pesan agar dapat dipahami dengan mudah. Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communication*, yang berarti pertukaran pikiran atau pemberitahuan, Tommy Suprpto (2011:5). Wilbur Schramm mengemukakan, untuk terjadinya proses komunikasi minimal harus memiliki 3 (tiga) unsur komunikasi, diantaranya komunikator, pesan dan komunikan. Harold D. Laswell mengatakan bahwa cara yang terbaik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Paradigma Laswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 (lima) unsur.

Menurut Widiyatun dalam jurnal Muhammad Rizal Ardiansah Putra (2017:1) Citra diri (*Self-image*) adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Sikap ini yang mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran dan bentuk, serta fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu.

Citra diri terbentuk dari persepsi seseorang tentang tubuh, baik secara *internal* maupun *eksternal* persepsi ini mencakup perasaan dan sikap

yang ditujukan pada tubuh. Citra tubuh dipengaruhi oleh pandangan pribadi tentang karakteristik dan kemampuan fisik dan oleh persepsi dari pandangan orang lain. Sikap, nilai, *cultural* dan sosial juga mempengaruhi pada perkembangan citra tubuh menurut Perry & Potter (2005:19).

Menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016:11) bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Media sosial yang digunakan sebagai alat pembentukan citra seseorang menjadi dorongan untuk pandangan lebih luas lagi terhadap sesuatu hal. Pendapat yang akan dilahirkan dalam bentuk dorongan berupa penggunaan media sebagai alat pencitraan dan pandangan dari masyarakat. Pendapat inilah yang akan menghadirkan pendirian seseorang. Pendirian ialah apa yang sebenarnya dirasakan oleh seseorang. Pendirian sering disebut sebagai sikap atau opini yang masih tersembunyi didalam batin seseorang, Nova (2014:145). Pendirian dapat dikatakan sebagai pendapat apa yang akan diyakini untuk melakukan sesuatu hal atau mempertimbangkan sesuatu.

Dengan berkembangnya media sosial sekarang banyak masyarakat yang menggunakan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Twitter* Adapun pengertian yang diatas ialah:

1. *Instagram*

Instagram adalah salah satu aplikasi yang gunanya untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter* digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial yang lain, termasuk milik *Instagram* itu sendiri. *Instagram* juga menjadi wadah atau tempat untuk membentuk citra diri, dimana semakin banyak angka *follower* atau pengikut pada akun akan semakin terlihat bahwa si pengguna memiliki citra diri yang tinggi pula dan dapat menjadi *figure* bagi remaja - remaja masa kini. Merri (2016) pada jurnal Dinda Marta Almas Zakirah (2018:5).

2. *Facebook*

Facebook adalah *website* jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas yang ada dikota atau di tempat ia tinggal, sekolah, tempat kerja dan daerah-daerah lain agar dapat berinteraksi dengan orang lain dan memiliki banyak *koneksi*. Pengguna *Facebook* juga dapat menambahkan teman-teman mereka, memperbarui profil pribadi agar dapat dilihat pengguna lain bahkan dapat mengirim pesan, Mujahidah (2013:107).

3. *Whatsapp*

Whatsapp adalah aplikasi berbasis *internet* yang merupakan perkembangan *teknologi informasi* yang paling populer. Aplikasi ini sangat potensial digunakan sebagai media komunikasi, karena memudahkan penggunaannya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi tanpa menghabiskan biaya banyak dalam pemakaiannya, karena *Whatsapp* tidak

menggunkan pulsa melainkan mengguakan data *internet*, Pranajaya & Hendra Wicaksono (2017:151).

4. *Twitter*

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan *mikro blog daring* yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*), Irfani Zukhrufillah (2018:103).

Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *Instagram*. *instagram* dapat membentuk citra seseorang dengan segala aktivitasnya. Media dapat membentuk dan membangun pendapat umum dengan cara membangun citra yang baik dan sesuai dengan harapan masyarakat. Pencitraan positif melalui media sangatlah penting, komunikasi yang dibangun dengan baik dapat membangun citra yang kita inginkan baik berupa citra positif maupun negatif.

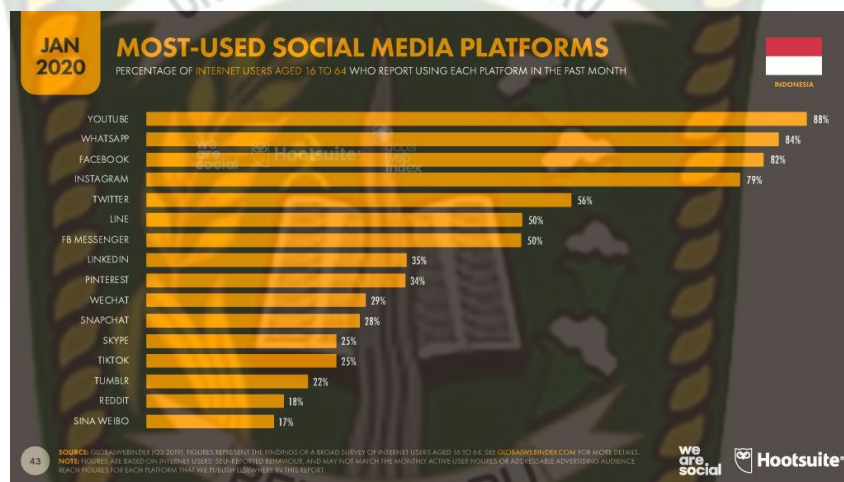
Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, inc yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari *Instagram*. Nama *Instagram* diambil dari kata “*insta*” dan “*gram*” dari kata “*Telegram*” , Miliza Ghazali (2018:8). Jadi *Instagram* merupakan gabungan darikata *insta-teegram*.

Pengunaan *Instagram* dapat diartikan sebagai aplikasi untuk memposting foto dan video yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengguna akun. Setiap postingan disediakan *caption* dibawahnya untuk memberikan

keterangan dan pesan-pesan yang ingin disampaikan. Setiap *followers* juga bisa berkomentar dan berbagi *like* sesamanya, (Dalam buku *Social Media dan Social Network* (2020 : 29-30).

Gambar 1.1

Platforms media sosial yang paling aktif



Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

Persentase pengguna internet yang menggunakan setiap platform berbasis survey diatas sebagai berikut :

1. *Youtube* : 88%
2. *Whatsapp* : 84%
3. *Facebook* : 82%
4. *Instagram* : 79%

Dilihat dari hasil badan *survey* tersebut bahwa pada tahun 2020 *Instagram* sebagai media sosial yang paling aktif dengan urutan ke-4,

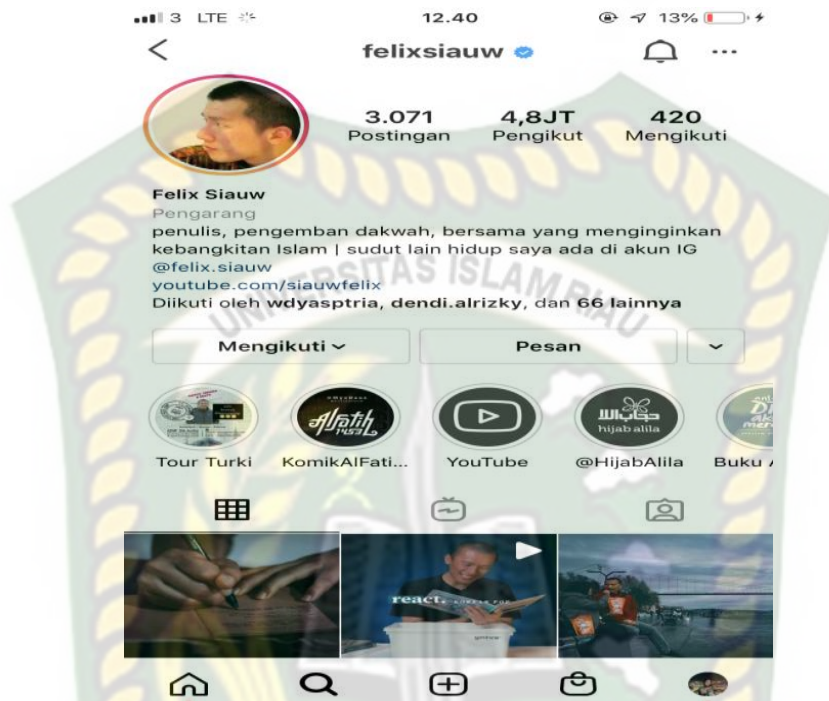
namun *Instagram* sangat *trend* dikalangan anak milenial karena kelebihan dari media sosial lainnya.

Adapun kelebihan yang dimiliki *Instagram* adalah mempunyai editorial emage, fitur ini memungkinkan para pengguna *Instagram* mengedit foto dan memberikan efek pada filtrasi yang dapat digunakan pada gambit yang akan di *upload*, jadi para pengguna tidak perlu menggunakan aplikasi lain untuk mengedit. Begitu juga pada video yang akan di *upload* berupa *instastory*, para pengguna dapat mengkreasikan videonya menggunakan filter yang telah disediakan oleh pihak *Instagram*.

Salah satu tokoh agama yang aktif berdakwah melalui media sosial *Instagram* adalah ustad Felix Siauw, beliau adalah seorang muallaf pada tahun 2002 saat masih kuliah di Institut Pertanian Bogor (IPB) semester 3 (tiga). Ustad Felix Siauw menggunakan media sosialnya untuk menyampaikan dakwahnya sehingga membuatnya terkenal di dunia maya. Peminat yang didominasi pada kalangan remaja, karena tulisan yang ia buat di media sosial menggunakan kata-kata yang tepat yang mudah dipahami dan menyentuh sampai ke hati si pembaca.

Gambar 1.2

Akun Instagram Felix Siau



Sumber: <https://instagram.com/felixsiau/?igshid=1b917geo2eo2o>

Citra yang dibangun ustad Felix Siau melalui media sosial *Instagram* sebagai media dakwah. Foto dan *video* yang di posting selalu memiliki *caption* yang dapat membangun atau memberikan pencerahan atas fenomena yang sedang terjadi, dan kajian – kajian yang ia sebarkan melalui media sosialnya memiliki makna-makna yang sangat dalam sehingga menarik minat anak muda. Dakwah yang disajikanpun sederhana dan dapat dipahami bagi orang yang baru belajar agama. Ustad Felix Siau juga kerap membalas komentar-komentar masyarakat yang mengomentari foto atau videonya tersebut.

Gambar 1.3

Komentar yang Ada di Akun Instagram Felix Siauw



Sumber : <https://www.instagram.com/p/CKBmVg-FJ7v/?igshid=1v1gxv4ypeypa>

Saat ini Felix Siauw tidak lagi aktif mengisi pengajian secara *offline*, namun saat ini ia masih aktif berdakwah melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Youtube*. Pengikut Felix Siauw di *Instagram*nya saat ini berjumlah 4,8JT

Kegiatan para tokoh Islam saat ini tersusun secara terarah dan efektif. Media sosial menjadi sarana dakwah yang cukup efektif terutama bagi ustad-ustad yang dakwahnya tertuju kead a generasi milenial. Media sosial seperti *Instagram* dapat membentuk citra seseorang dengan segala bentuk aktifitasnya. Media sosial dapat membentuk serta membangun

pendapat umum dengan cara *visualisasi* yang baik dan sesuai dengan apa yang ingin divisualkan oleh pemilik akun.

Para tokoh agama yang aktif berdakwah melalui akun *Instagram*-nya adalah ustad Felix Siauw, ustad Hanan Attaki, ustad Taqki Malik dan Ustad Yusuf Mansur dan masih banyak lagi. Dengan cara yang sederhana mereka bisa memberikan dakwahnya ke seluruh pengguna media sosial, dengan memberikan dakwah berupa video dengan durasi waktu yang singkat namun dapat dipahami oleh para pengguna *Intagram*.

Dari penjelasan diatas maka yang melatar belakangi peneliti untuk meneliti akun media sosial *Instagram* Felix Siauw dikarenakan saat ini beliau hanya aktif berdakwah melalui media sosial. Peneliti ingin menganalisis Bagaimana Pembentukan Citra Pada Media Sosial Yang Dimiliki Felix Siauw.

B. Identifikasi Masalah

Seperti yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah penelitian ini yaitu:

1. Felix Siauw aktif berdakwah melalui media sosial
2. Citra yang dibentuk oleh Felix Siauw

C. Fokus Masalah

Untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis penelitian, maka peneliti berfokus Kepada Analisis Pembentukan Citra Pada Media Sosial Milik Felix Siauw.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang identifikasi masalah, dan fokus penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pembentukan citra pada media sosial milik felix siauw ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Bagaimana Pembentukan citra pada media sosial milik felix siauw.

2. Manfaat penelitian

Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi, memperkaya, dan memperluas pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi. Serta berguna bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya dibidang humas mengenai pembentukan citra. Memberikan

informasi dan referensi khususnya bagi para Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang sedang melakukan penelitian sejenis.

Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan mengenai citra seseorang dan sebagai referensi penelitian lanjutan mengenai permasalahan yang sejenis, dan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang mengikuti media sosial Felix Siauw tersebut. Pengikut Felix Siauw di *Instagram* dapat mengambil pesan-pesan baik yang diberikannya dan kebaikan yang ditampilkannya melalui media sosialnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi berasal dari kata Inggris *communication* dan dari bahasa Latin *communication* yang berarti sama, sama disini maksudnya adalah sama makna. Sedangkan menurut Deddy Mulyana dalam buku Komunikasi Antarpribadi dan Mediana, Dasrun Hidayat (2012:22) komunikasi adalah usaha untuk membangun kebersamaan pikiran tentang suatu makna atau pesan yang dianut secara bersama. Usaha manusia menyampaikan isi pertanyaan atau pesan kepada manusia lain.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi antara 2 orang atau lebih dengan saling menyampaikan pesan atau bertukaran pesan agar dapat dipahami dengan mudah dan membangun kebersamaan pikiran tentang suatu makna.

2. Komunikasi *interpersonal*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *interpersonal* adalah hubungan antar pribadi. Komunikasi *interpersonal* disebut juga komunikasi antarpribadi, yang berarti komunikasi yang berlangsung antar dua orang. Menurut Suranto Aw (2011:71) komunikasi *interpersonal* merupakan komunikasi yang mempunyai efek besar dalam hal mempengaruhi orang lain terutama perindividuan, proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan (*sender*) dengan penerima (*receiver*) baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi langsung (*primer*) sedangkan komunikasi tidak langsung (*sekunder*). Hal ini disebabkan adanya pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi secara langsung dan tidak langsung menggunakan media dalam menyampaikan pesan sehingga tidak ada jarak yang memisahkan antara komunikator dengan komunikan. Oleh karena itu maka masing-masing pihak dapat langsung mengurangi tingkat ketidakjujuran ketika terjadinya komunikasi.

a. Tujuan komunikasi *interpersonal*

Komunikasi *interpersonal* mempunyai beberapa tujuan dalam buku psikologi komunikasi dan persuasi (2020:105), yaitu :

a) Menemukan diri sendiri

Salah satu tujuan komunikasi *interpersonal* adalah menemukan *personal* atau pribadi. Jika kita terlibat dalam pertemuan *interpersonal* dengan orang lain kita belajar banyak tentang diri kita ataupun orang

lain. Komunikasi *interpersonal* memberikan kita kesempatan untuk dapat berbicara dengan orang lain tentang apa yang ada pada diri kita. Dan dapat berdiskusi mengenai perasaan, pikiran dan tingkah laku kita sendiri.

b) Menemukan dunia luar

Dengan adanya komunikasi *interpersonal* menjadikan kita lebih dapat memahami banyak tentang kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita dapat sehingga itu bisa menjadi bahan diskusi kepada orang lain dan dapat menjadikan itu sebuah pelajaran.

c) Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti

Dengan adanya komunikasi *interpersonal* dapat membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.

d) Berubah sikap dan tingkah laku

Kita dapat mengubah sikap menjadi lebih baik dengan adanya komunikasi *interpersonal* dengan orang lain. Banyak hal-hal baru yang dapat kita contoh dan menjadikannya masukkan pada diri kita untuk kedepannya.

e) Untuk membantu

Tanpa kita sadari dengan adanya komunikasi *interpersonal* kita dapat membantu orang lain yang mengalami masalah dengan melakukan diskusi ataupun bertukar pikiran.

f) Untuk bermain dan kesenangan

Bermain merupakan aktivitas yang menyenangkan, terutama menghabiskan waktu libur dengan berpergian bersama keluarga maupun teman dengan melakukan aktivitas seperti olahraga, bahkan menceritakan hal-hal yang menyenangkan. Hal ini dapat memberikan keseimbangan dalam pikiran yang memerlukan refleksi dari semua keseriusan dilingkungan kita.

Dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi *interpersonal* setiap individu mempunyai tujuan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu.

b. Fungsi komunikasi *interpersonal*

Komunikasi *interpersonal* memiliki fungsi untuk meningkatkan hubungan antar manusia, mengurangi potensi konflik antar orang dan berbagi pengetahuan ataupun pengalaman kepada orang lain. Komunikasi *interpersonal* dapat meningkatkan hubungan personal antara pihak yang melakukan komunikasi *interpersonal*. Dengan adanya komunikasi *interpersonal* manusia dapat membina hubungan yang baik sehingga dapat

mengurangi konflik yang mungkin dapat terjadi antara pihak-pihak tertentu. Komunikasi *interpersonal* pada dasarnya berfungsi untuk menyampaikan informasi yang feedbacknya dapat langsung didapatkan saat komunikasi *interpersonal* berlangsung.

c. Unsur-unsur komunikasi *interpersonal*

Menurut Hafield Canggara (2005:21) komunikasi *interpersonal* memiliki unsur-unsur sebagai berikut :

a) Sumber

Sumber merupakan asal atau gagasan yang dijadikan pesan. Sehingga setiap peristiwa maupun individu yang menyampaikan pesan disebut sebagai sumber.

b) Pesan

Pesan sesuatu yang disampaikan dalam komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Isi pesan dapat berupa informasi, pengetahuan, hiburan atau perintah. Pesan terbagi menjadi 2 macam yaitu verbal dan nonverbal. Pesan verbal yaitu komunikasi dengan pesan secara lisan yang menggunakan satu kata atau lebih. Sedangkan pesan nonverbal yaitu pesan yang disampaikan tanpa menggunakan kata-kata melainkan dengan bentuk perilaku kita. Contohnya, ekspresi wajah, sikap tubuh, nada suara dan cara berpakaian.

c) Media

Alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber.

d) Penerima

Pihak atau sasaran yang akan menerima pesan.

e) Efek

Adanya perbedaan atau perubahan dalam penerimaan pesan setelah dan sebelumnya mengenai pemikiran perasaan dan perilaku merupakan efek dari komunikasi.

f) Umpan Balik

Adanya umpan balik menandakan bahwa komunikasi menandakan bahwa komunikasi sudah menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.

3. Citra

Kotler (2009) dalam buku pengantar public relation (2019:120) menurutnya citra adalah jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran dan kesan-kesan yang dipunyai seseorang pada suatu objek seperti orang organisasi atau sekelompok orang. Selain itu Webster (1993) dalam buku Pengantar Public Relation (2019:120) mendefinisikan citra sebagai gambaran mental atau konsep mengenai sesuatu. Sedangkan

menurut Frank Jefkins dalam Soemirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), citra dapat diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan citra sebagai gambaran individu mengenai penampilan fisik dan perasaan yang menyertainya baik dalam bagian-bagian tubuhnya maupun terhadap keseluruhan berdasarkan penilaiannya sendiri yang dipengaruhi oleh beberapa aspek dan dapat dibentuk sesuai yang diinginkan oleh individu itu sendiri, tergantung bagaimana dia dalam membawakan dirinya disuatu tempat atau disuatu lingkungan yang dapat menilainya baik berupa citra positif maupun negatif.

a. Citra diri

Citra diri adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran dan bentuk, fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu, Widiyatun (1999) dalam jurnal Muhammad Rizal Ardiansah Putra (2017:18).

a) Komponen Citra Diri

Hurlock menyatakan bahwa untuk mengungkapkan citra diri melalui menghargai diri sendiri, melakukan penilaian yang realistis, memiliki kebebasan dan mempunyai keyakinan. Dengan itu individu dapat mengetahui tentang dirinya dan mengetahui seperti ada dirinya

yang sesungguhnya. Individu dapat menghargai kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya sehingga dapat mengembangkan potensi yang dimiliki. Mempunyai rasa percaya diri yang besar yang dapat membuat individu tidak mudah goyah jika diberi kritikan atau pujian.

Sedangkan menurut Jersild terdapat tiga komponen dalam citra diri yaitu:

1. *Perceptual component*

Merupakan *image* yang dimiliki seseorang mengenai penampilan dirinya, terutama tubuh dan ekspresi yang diberikan pada orang lain. Komponen *physical self image* ini dapat dicontohkan sebagai seseorang yang memiliki wajah yang tampan atau cantik, sehingga seseorang tersebut disukai banyak orang.

2. *Conceptual component*

Komponen *psychological self image* disebut sebagai konsepsi seseorang mengenai karakteristik dirinya, misalnya kemampuan, kekurangan dan keterbatasan dirinya.

3. *Attitudinal component*

Komponen *social self image* merupakan pikiran dan perasaan seseorang mengenai dirinya, status dan pandangan terhadap orang lain.

b) Aspek aspek citra diri

Menurut Grad, citra diri mengandung beberapa aspek yaitu:

1. Kesadaran (*awareness*) adanya kesadaran tentang citra diri keseluruhan baik bersifat fisik maupun nonfisik.
2. Tindakan (*action*) melakukan tindakan untuk mengembangkan potensi diri yang dianggap lemah dan memanfaatkan potensi diri yang menjadi kelebihanya.
3. Penerimaan (*acceptance*) menerima segala kelemahan dan kelebihan yang ada pada dirinya dan menjadikannya sebagai anugrah dari sang pencipta.
4. Sikap (*attitude*) menghargai segala kelebihan dan kelemahan yang dimiliki individu.

c) Faktor-faktor yang mempengaruhi citra diri

Menurut Linda Smolak dalam *Body Image Development in Children*, faktor-aktor yang mempengaruhi citra diri adalah sebagai berikut:

1 Jenis kelamin (*gender*)

Pria cenderung menggunakan tubuhnya dengan aktif agar dapat menunjang aktivitasnya sedangkan wanita lebih melihat tubuhnya dari segi estetika dan bersifat evaluative. Akibatnya wanita lebih rendah memiliki kepuasan citra diri dibanding pria.

2. Berat badan dan derajat kekurusan atau kegemukan

Wanita lebih merasa tidak puas jika memiliki berat badan yang berlebih. Dalam hal ini, berat badan dan ukuran badan memiliki

peranan penting dalam kepuasan citra tubuh terutama wanita karena mementingkan penampilan.

3. Teman sebaya

Teman memiliki peranan besar dalam terbentuknya citra diri. Karena individu akan muda terpengaruh dengan aktivitas dan pola pikir yang ada dilingkungan sekitarnya.

4. Konsep diri

Individu yang memiliki citra diri positif tidak akan mudah terpengaruh oleh penghinaan yang ditujukan kepadanya yang dilakukan oleh lingkungannya.

5. Media masa

Media masa memiliki peranan yang besar dalam pembentukan citra diri yang positif maupun negatif, karena individu banyak menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial. Hal ini dapat mempengaruhi pandangan seseorang terhadap orang lain, contohnya jika individu melihat seseorang dengan penampilan yang *perfect* maka individu tersebut akan melakukan hal yang sama dengan yang mereka lihat.

d) Proses terbentuknya citra diri

Citra diri terbentuk dari persepsi seseorang tentang tubuh, baik secara *internal* maupun *eksternal* persepsi ini mencakup perasaan dan sikap yang ditujukan pada tubuh. Citra tubuh dipengaruhi oleh pandangan pribadi tentang karakteristik dan kemampuan fisik serta persepsi dari pandangan orang lain. Sikap, nilai, *cultural* dan sosial juga

mempengaruhi pada perkembangan citra tubuh menurut Perry & Potter (2005:19).

Citra diri adalah sebuah komponen vital konsep diri, citra diri mengacu pada konsep dan sikap subjektif yang dimiliki individu terhadap tubuh mereka sendiri.

e) Citra diri positif

Citra diri positif adalah anggapan atau gambaran seseorang terhadap dirinya yang bersifat positif. Dasar dari citra positif adalah adanya penerimaan diri. Hal ini disebabkan orang yang memiliki citra diri yang positif berarti dapat mengenal dirinya dengan baik, Tadabbur (2008) dalam jurnal Muhammad Rizal Ardiansah Putra (2017:20). Citra diri positif mempunyai gambaran diri yang jelas mengenai masa depannya, dapat mengatasi masalah yang sedang dihadapi dan dapat bangkit dari kegagalan dan tidak larut dalam kesedihan.

f) Citra diri negatif

Citra diri negatif adalah gambaran serta anggapan seseorang tentang dirinya sendiri yang bersifat negatif, biasanya akibat lingkungan tempat tinggal yang mempengaruhi pola pikir. Citra diri negatif tertanam didalam diri seseorang yang membekas dalam dirinya. Untuk mencapai sukses dan keberhasilan dalam hidup ia harus mengubah citra dirinya. Mengubah citra diri yang telah tertanam didalam diri seseorang membutuhkan usaha yang gigih dan sungguh sungguh, Tadabbur (2008) dalam jurnal Muhammad Rizal Ardiansah Putra (2017:22). Citra

diri negatif merasa rendah diri, menganggap dirinya tidak berguna dan tidak berarti ditengah masyarakat. Kurang memiliki dorongan dan semangat hidup, tidak berani memulai sesuatu hal yang baru, selalu khawatir berbuat kesalahan.

4. Media

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang artinya tengah, perantara atau pengantar. Kata media, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”, yang secara etimologi berarti perantara atau pengantar. Media merupakan perantara atau penghubung yang terletak antara dua pihak atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk.

Menurut Arsyad (2002:4) media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat sehingga ide dan gagasan atau pendapat dapat sampai kepada penerima yang ingin dituju.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa media adalah alat untuk menyampaikan informasi kepada penerima yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim kepenerima sehingga dapat merangsang perasaan, pikiran, serta perhatian agar terjadi komunikasi yang efektif dan efisien.

a. New media

Media baru merupakan konsep yang menjelaskan kemampuan media dengan dukungan perangkat digital yang dapat diakses dimana saja

dan kapan saja, sehingga dapat memberikan kesempatan bagi siapa saja baik sebagai penerima atau pengguna untuk berpartisipasi aktif, interaktif dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang membentuk komunitas atau masyarakat baru melalui isi media. Kemunculan new media atau media baru tidak terlepas dari kemajuan yang sangat pesat terhadap teknologi dan internet pada era modern saat ini. Media baru yang dimaksudkan ialah untuk mencakup kemunculan era digital, komputer atau jaringan teknologi dan komunikasi.

Sebagian besar teknologi media baru yang berbasis digital yaitu media yang berkemampuan melakukan manipulasi, kemampuan bekerja dalam jaringan, interaktif dan memikat.

Salah satu bentuk media baru yang lahir dari perkembangan internet adalah adanya media sosial. Hadirnya media sosial mengubah kebiasaan komunikasi manusia diseluruh dunia. Keberadaan media sosial memungkinkan terciptanya proses komunikasi antarmanusia diseluruh dunia tanpa halangan yang berarti dari keterbatasan geografis.

Kehadiran media baru dapat dipahami semata-mata sebagai konsekuensi teknologi komunikasi yang membuat batas platform media yang sebelumnya ada menjadi kabur, Widjayanti (2016:348).

b. Media sosial

Media sosial adalah sebuah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan kemudahan yang

diberikan oleh media sosial penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah dan efektif. Menurut Evans, media sosial selalu berubah dari waktu ke waktu sehingga memungkinkan seseorang dapat menjadi kedua pihak baik penerima informasi maupun penyebar informasi.

Definisi lain dari sosial media juga dijelaskan oleh Antony Mayfield (2018) dalam jurnal Muhammad Rizal Ardiansah Putra (2017:8). Menurutnya sosial media adalah dimana penggunaanya dengan mudah berpartisipasi didalamnya, berbagi dan menciptakan pesan termasuk, blog, jejaring sosial, forum-forum maya dan wiki/ensiklopedia online.

Di era modern saat ini setiap orang dapat dipastikan dapat mengakses akun media sosial seperti, *Instagram*, Twitter, Facebook, Line dan sebagainya. Munculnya media sosial dianggap tidak memiliki batasan atau kerahasiaan seseorang, Putu (2020:2). Dengan adanya media sosial seperti sekarang dapat mengubah cara berkomunikasi ataupun interaksi seseorang.

5. *Instagram*

Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, inc yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi *CEO* dari *instagram*. Nama *instagram* diambil dari kata “*insta*” dan “*gram*” dari kata “*Telegram*” (Miliza Ghazali 2018:8). Jadi *instagram* merupakan

gabungan dari kata *Insta-Telegram*. Penggunaan tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk memposting foto, dan *video* yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengguna akun. Setiap postingan disediakan *caption* dibawahnya untuk memberikan keterangan dan pesan-pesan yang ingin disampaikan. Setiap *followers* juga bisa berkomentar dan berbagi *like* sesamanya. Mayoritas pengguna *instagram* banyak berada dikalangan *public figure* seperti *selebritis*, tokoh agama dan tokoh politik.

a. Fitur-fitur *instagram*

Menurut Atmoko dalam jurnal Azlina (2015:2232) *instagram* memiliki tujuh menu utama yaitu:

a) *Home page*

Halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari pengguna yang telah diikuti. Caranya hanya dengan menggeser layar dari atas kebawah. *Instagram* hanya akan menampilkan foto-foto terbaru.

b) *Comment*

Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di *instagram* dapat dikomentari dikolom komentar dengan si pengikut pemilik *instagram*.

c) *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna *instagram*. Baik itu pengguna yang kita ikuti ataupun tidak.

d) Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu si pemilik akun ataupun pengguna yang lain.

e) Pengikut

Sistem sosial didalam *instagram* adalah dengan menjadi mengikuti pengguna akun lainnya, atau memiliki pengikut *instagram*. Dengan begitu komunikasi antar sesama pengguna dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

f) Mengunggah foto dan video

Sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto atau video kepada pengguna lainnya.

g) Kamera

Penggunaan kamera melalui *instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

b. Tujuan Media Sosial *Instagram*

Bimo Mahendra (2017:152) banyak pengguna *Instagram* yang bertujuan untuk mengekspresikan kepribadiannya masing-masing, salah satunya adalah untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan dirinya melalui upload-an foto yang mereka lakukan. Secara umum tujuan dari *Instagram* salah satunya yaitu sebagai sarana kegemaran dari masing-masing individu yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat ataupun dirinya sendiri kedalam foto.

c. Dampak Media Sosial *Instagram*

Penggunaan media sosial *instagram* pasti memberikan dampak bagi kehidupan penggunanya baik secara positif maupun negative. Bimo Mahendra (2017:160), dampak positif adanya media sosial *instagram* bagi penggunanya ialah dapat memiliki banyak teman dari berbagai kalangan, cepat mendapatkan informasi dan sebagai hiburan dengan melihat foto dan video yang di upload seseorang. Sedangkan dampak negatifnya ialah sebagai ajang pameran baik dari segi fisik maupun materi.

6. Analisis isi (*content analysis*)

Analisis isi kualitatif merupakan metode analisis yang integratif dan lebih secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah dan menganalisa dokumen untuk memahami makna, signifikan dan relevansinya.

Analisis isi dikategorikan dalam tipe penelitian nonreaktif dikarenakan objek yang menjadi sasaran penelitian tidak memberikan reaksi atau pengaruh kepada peneliti. Peneliti cukup menganalisis data dari berbagai sumber. Berbeda dengan survei dan eksperimen yang menggunakan individu atau kelompok sosial sebagai objek penelitian. Untuk itu, analisis isi relative lebih mudah dilakukan karena peneliti tidak perlu menyiapkan berbagai instrument yang rumit untuk diberikan kepada responden.

Teori Semiotika

Pengertian Semiotika secara umum merupakan suatu kajian ilmu tentang mengkaji tanda. Dalam kajian semiotika menganggap bahwa fenomena social pada masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda, semiotik itu mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, dan konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti.

Secara etimologis semiotik berasal dari kata Yunani simeon yang berarti “tanda”. Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa

seluruh kebudayaan sebagai tanda. Van Zoest (dalam Sobur, 2001, hlm. 96) mengartikan semiotik sebagai “ilmu tanda (sign) dan segala yang berhubungan dengannya : cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya”.

Teori semiotika Charles Sanders Peirce sering kali disebut “Grand Theory” karena gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua penandaan, Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali komponen dalam struktural tunggal. Charles Sanders Peirce dikenal dengan model triadic dan konsep trikotominya yang terdiri atas berikut ini: 1. Representamen adalah bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda. 2. Object merupakan sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan. 3. Interpretan adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Dalam mengkaji objek, melihat segala sesuatu dari tiga konsep trikotomi, yaitu sebagai berikut:

1. Sign (Representamen) merupakan bentuk fisik atau segala sesuatu yang dapat diserap pancaindra dan mengacu pada sesuatu, trikotomi pertama dibagi menjadi tiga.
 - a. Qualisign adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan sifatnya. Misalnya sifat warna merah adalah qualisign, karena dapat dipakai tanda untuk menunjukkan cinta, bahaya, atau larangan.

b. Sinsign adalah tanda-tanda yang menjadi tanda berdasarkan bentuk atau rupanya didalam kenyataan. Semua ucapan yang bersifat individualbias merupakan sinsign suatu jeritan, dapat berarti heran, senang atau kesakitan.

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

2. Objek, tanda diklasifikasikan menjadi icon (ikon), indeks (indeks), dan symbol (simbol).

a. Ikon adalah tanda yang menyerupai benda yang diwakilinya atau suatu tanda yang menggunakan kesamaan atau ciri-ciri yang sama dengan apa 23 yang dimaksudkannya. Misalnya, kesamaan sebuah peta dengan wilayah geografis yang digambarkannya, foto, dan lain-lain.

b. Indeks adalah tanda yang sifat tandanya tergantung pada keberadaannya suatu denotasi, sehingga dalam terminologi peirce merupakan suatu secondness. Indeks, dengan demikian adalah suatu tanda yang mempunya ikaitan atau kedekatan dengan apa yang diwakilinya.

c. Simbol adalah suatu tanda, dimana hubungan tanda dan denotasinya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau ditentukan oleh suatu kesepakatan bersama.

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

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

b. Dicisign (dicentsign), bilamana antara lambang itu dan interpretannya terdapat hubungan yang benar ada

c. Argument, bilamana suatu tanda dan interpretannya mempunyai sifat yang berlaku umum (merupakan thirdness).

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari adanya kesalahan dalam pemahaman mengenai judul skripsi ini maka perlu dijelaskan istilah-istilah berikut ini :

1. Citra

Citra adalah gambaran yang ingin ditampilkan oleh individu mengenai kepribadian, sifat dan kelebihan yang ingin diperlihatkan kepada orang lain. Sehingga masyarakat dapat melihat citra yang ingin ditampilkannya baik citra positif maupun negatif. Tergantung bagaimana mereka menampilkan citra yang ingin ditampilkannya.

Citra yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu tentang citra diri karena peneliti ingin melihat bagaimana pembentukan citra pada media sosial yang dimiliki Felix Siauw. .

2. Media Sosial

Pada penelitian ini media sosial merupakan wadah untuk bersosialisasi, menampilkan diri mereka serta tempat berbagi kegiatan atau aktifitas secara online dan dapat digunakan untuk berbagi potensi yang ada pada diri individu dalam bentuk tulisan, berbagi file maupun multimedia. Komunikasi *interpersonal* disini bagaimana Felix Siauw membangun komunikasi dengan menarik perhatian *followernya* dengan citra yang dimilikinya.

3. Komunikasi Interpersonal

komunikasi *Interpersonal* disini bagaimana Felix Siauw membangun komunikasi dengan menarik perhatian *followernya* dengan citra yang dimilikinya.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama dan Tahun	Judul	Hasil
1	Rama Kertamukti (2015)	<i>Instagram</i> dan pembentukan citra (Studi kualitatif komunikasi visual dalam pembentukan personal karakter <i>Account Instagram @basukibtp</i>	Menunjukkan bahwa Basuki Tjahya Purnama yang sering disapa Ahok menghadirkan foto-foto sebagai bukti kegiatannya di Balai Gubernur maupun ketika memimpin rapat

			di kantor atau di luar kantor. Fungsi amplifikasi di foto-foto dalam <i>instagram</i> , citra yang diharapkan dibentuk melalui visualisasi menggunakan teori Dramaturgi yang menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas itu merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri.
2	Dianingtyas M. Putri	Proses pembentukan citra diri melalui media sosial <i>Instagram</i> pada mahasiswa Universitas Bakrie	Membuktikan bahwa terdapat kognitif yang membuat pengguna membentuk citra diri. Hal-hal ini seperti kebutuhan dalam menggunakan media sosial tersebut. Dalam pembentukan citra diri hal-hal yang meliputi kepercayaan diri, penggunaan media sosial yang bersifat pribadi, juga pengaktualisasian diri merupakan hal yang membentuk citra diri seseorang. Dan membuktikan terdapat integritas sosial yang membentuk citra diri. Hal-hal seperti kebutuhan akan hubungan yang baik, kemudahan berkomunikasi, bertukar informasi dan pemahaman akan situasi dan kondisi sekitar merupakan hal-hal yang membentuk citra diri.
3.	Muhammad Rizal Putra, Muhammad Nadjib dan Muhammad Akbar	Kemanfaatan <i>instagram</i> dalam pembentukan citra diri remaja wanita di makassar	Remaja wanita dalam memanfaatkan <i>instagram</i> dapat disimpulkan bahwa dalam membangun citra diri, remaja menggunakan fitur-fitur <i>instagram</i> yaitu upload foto, <i>insta story</i> ,

		boomerang dan live video. Beberapa faktor lain dalam menggunakan <i>instagram</i> dalam membangun citra diri adalah fitur-fitur yang dimiliki <i>instagram</i> , peningkatan jumlah follower yang memberikan kebanggaan tersendiri dan usaha untuk merubah pandangan orang lain terhadap diri mereka.
--	--	---

Persamaan :

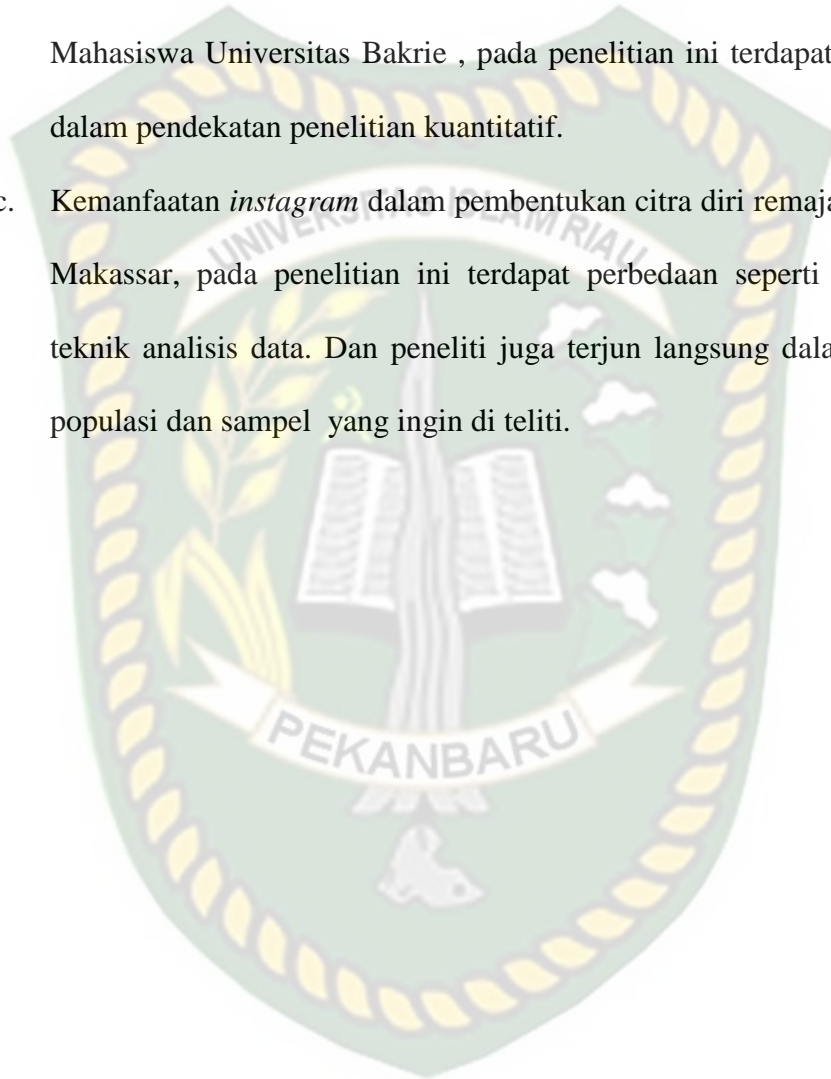
- a. *Instagram* Dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter *Account Instagram* @Basukibtp, sama-sama menggunakan *Instagram* sebagai objek yang diteliti dalam membentuk citra diri seseorang dan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.
- b. Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial *Instagram* Pada Mahasiswa Universitas Bakrie, persamaannya terletak pada objek penelitian yaitu citra diri.
- c. Kemanfaatan *Instagram* Dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita Di Makassar, sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan memanfaatkan *instagram* sebagai pembentukan citra diri.

Perbedaan :

- a. *Instagram* dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual Dalam Pembentukan Personal Karakter *Account Instagram*

@BASUKIBTP, pada penelitian ini terdapat perbedaan seperti lokasi penelitian yang berbeda.

- b. Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial *Instagram* Pada Mahasiswa Universitas Bakrie , pada penelitian ini terdapat perbedaan dalam pendekatan penelitian kuantitatif.
- c. Kemanfaatan *instagram* dalam pembentukan citra diri remaja wanita di Makassar, pada penelitian ini terdapat perbedaan seperti lokasi dan teknik analisis data. Dan peneliti juga terjun langsung dalam mencari populasi dan sampel yang ingin di teliti.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Data deskriptif merupakan data yang berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Metode ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) dengan menggunakan teori Semiotik oleh Charles Sanders Peirce.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek

Penelitian adalah orang, tempat atau benda yang diamati dalam rangka pembuatan sebagai sasaran, Kamus Besar Bahasa Indonesia (1989:862). Adapun subjek penelitian berupa media sosial milik Felix Siauw.

2. Objek

Penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian, Kamus Besar Bahasa Indonesia (1989:622). Adapun objek penelitian adalah Pembentukan citra pada media sosial milik felix siauw.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Lokasi dalam penelitian ini menggunakan media sosial yang digunakan Ustad Felix Siauw dengan akun @FELIXSIAUW

2. Waktu

Waktu yang dilakukan untuk penelitian selama +- 3 bulan

3.1 Jadwal Kegiatan Rencana Penelitian

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE																												KET				
		DES				JAN				FEB				MAR				APR				MEI				JUNI								
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1	Persiapan dan penyusunan Up	X		X		X	X					X			X	X	X																	
2	Seminar UP															X																		
3	Riset																																	
4	Peneliti lapangan																																	
5	Pengelolaan dan analisis data															X	X																	
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi																		X	X	X													
7	Ujian Skripsi																								X									
8	Revisi dan Pengesahan Skripsi																											X						
9	Penggandaan serta penyerahan Skripsi																												X					

Sumber: Data olahan, 2020

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan, Indrianto dan Supomo dalam jurnal *Purhantara* (2010:79).

Sumber data primer merupakan data yang diambil langsung dari sosial media Ustad Felix Siauw.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder dapat berupa studi pustaka yaitu dengan mengumpulkan semua data yang dapat diperoleh melalui literatur yang sesuai dengan kajian penelitian, serta bahan-bahan yang sesuai dengan bacaan penelitian, Moehar (2002:113). Data sekunder juga dapat diperoleh dari referensi buku-buku, serta website atau internet online dalam mencari artikel yang berkaitan dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2005:62) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data.

Jika kegiatan pengumpulan data ini tidak dirancang dengan baik atau bila salah dalam pengumpulan data maka data yang diperolehpun tidak sesuai dengan permasalahan penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi melalui cara purposive sampling.

Teknik observasi juga digunakan peneliti dalam pengumpulan data. Husain (1996:136) observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Teknik Observasi dalam penelitian ini yaitu Observasi nonpartisipan yang dimana peneliti hanya sebagai pengamat independen.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2007:270) keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh.

Peneliti menggunakan triangulasi, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu, Dwidjowinoto dalam buku Rachmat Kriyanto (2006:120).

1. Triangulasi sumber data

Triangulasi sumber data adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan satu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya selain wawancara dan observasi peneliti bisa menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, catatan resmi atau pribadi, gambar atau foto.

2. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia karena manusia berubah-ubah. Oleh karena itu perlu mengadakan observasi lebih dari sekali.

3. Triangulasi periset

Triangulasi periset menggunakan lebih dari satu periset dalam mengadakan observasi atau wawancara. Karena masing-masing periset mempunyai, gaya, sikap dan persepsi yang berbeda dalam mengamati suatu fenomena.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi periset, karena data yang saya peroleh dari dokumentasi, teknik dokumentasi yang saya pilih berupa data-data seperti foto-foto dan video yang ada di akun media sosialnya.

G. Teknik Analisis Data

Analisis isi kualitatif ini merupakan metode analisis yang integratif dan lebih secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah dan menganalisa dokumen untuk memahami makna, signifikansi dan relevansinya.

Tujuan dari penelitian analisis isi kualitatif ini sebenarnya adalah sistematis dan analitis, tetapi tidak kaku (rigid) seperti analisis isi kuantitatif. Analisis isi yang sifatnya kualitatif tidak hanya mampu mengidentifikasi pesan-pesan manifest, melainkan juga *latent messages* dari sebuah dokumen yang diteliti. Jadi lebih mampu melihat kecenderungan isi media berdasarkan *context* (situasi yang sosial di seputar dokumen atau teks yang diteliti), *process* (bagaimana suatu proses produksi media/isi pesannya dikreasi secara actual dan diorganisasikan secara bersama) dan *emergence* (pembentukan secara gradual/bertahap dari makna sebuah pesan melalui pemahaman dan intepretasi) dari dokumen-dokumen yang diteliti, Bungin (2014 : 144-147).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah *Instagram*

Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, inc yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari *Instagram*. Nama *Instagram* diambil dari kata “*insta*” dan “*gram*” dari kata “*Telegram*” , Miliza Ghazali (2018:8). Jadi *Instagram* merupakan gabungan dari kata *insta-telegram*. Penggunaan *Instagram* dapat diartikan sebagai aplikasi untuk memposting foto dan video yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengguna akun. Setiap postingan disediakan *caption* dibawahnya untuk memberikan keterangan dan pesan-pesan yang ingin disampaikan. Setiap *followers* juga bisa berkomentar dan berbagi *like* sesamanya, (Dalam buku *Social Media dan Social Network* (2020 : 29-30).

2. Fitur-fitur *Instagram*

Berdasarkan *Instagram Handbook* (Bambang, 2012) Dalam Fadil Harisa Ramadhan (2017 : 7) media sosial *Instagram* merupakan media sosial yang memiliki layanan hanya pengunggahan gambar/foto atau pengunggahan video untuk dipublikasikan kepada media sosial *Instagram* itu sendiri ataupun media sosial lainnya seperti *facebook*, *twitter*, dan lain

sebagainya. Adapun beberapa fitur-fitur di dalam media sosial *Instagram* yaitu:

a. *Home page*

Halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari pengguna yang telah diikuti. Caranya hanya dengan menggeser layar dari atas kebawah. *Instagram* hanya akan menampilkan foto-foto terbaru.

b. *Comment*

Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di *instagram* dapat dikomentari dikolom komentar dengan si pengikut pemilik *instagram*.

c. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna *instagram*. Baik itu pengguna yang kita ikuti ataupun tidak.

d. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu si pemilik akun ataupun pengguna yang lain.

e. Pengikut

Sistem sosial didalam *instagram* adalah dengan menjadi mengikuti pengguna akun lainnya, atau memiliki pengikut *instagram*. Dengan begitu komunikasi antar sesama pengguna dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

f. Mengunggah foto dan video

Sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto atau video kepada pengguna lainnya.

g. Kamera

Penggunaan kamera melalui *instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

3. Akun *Instagram* @felixsiauw

Penggunaan *Instagram* belakangan bukan saja untuk membagikan informasi. Bagi seorang tokoh publik, *Instagram* juga berfungsi sebagai alat untuk membangun *branding* diri para penggunanya. Penyebaran konten di *Instagram* berupa video dan foto merupakan wujud dari aktivitas PR kontemporer. Oleh sebab itu, penting bagi penggunanya untuk terlibat aktif dalam diskusi yang dibangun oleh pengguna lainnya. Perkembangan teknologi dan komunikasi massa melahirkan trend baru dalam dunia komunikasi. Penggabungan teknologi dan media kemudian menggiring kelahiran media baru sebagai praktek jurnalisme dan proses penyampaian

pesan komunikasi dari komunikator kepada komunikan. Trend baru ini juga melahirkan berbagai jenis sosial media yang digunakan oleh masyarakat saat ini. Salah satunya adalah Instagram.

Konsep dakwah di *Instagram* dilakukan dengan pendekatan yang kreatif. Konsep yang dilakukan oleh para pembuat konten dan menyebarkan melalui *Instagram* dengan tujuan dakwah akan menghasilkan berbagai macam pengaruh. Berbagai pengaruh yang ditargetkan adalah perubahan perilaku yang lebih baik, termotivasi melakukan kebajikan, teredukasi, dan memberi pengaruh positif dan lebih religius. Sebagai pendukung media dakwah, banyak sosial media yang bisa dipilih oleh para komunikator dakwah, salah satunya adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah, melalui *Instagram* dakwah dibagikan dengan memposting video, sehingga para audien dapat melihat dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video atau foto yang dibagikan di *Instagram*. Dakwah adalah ajakan atau seruan, panggilan atau undangan untuk mengajak kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai Islam.

Saat ini, berdakwah melalui *Instagram* semakin mempermudah akses masyarakat untuk mendapatkan pesan dakwah, karena *Instagram* merupakan media yang banyak penggunanya dari berbagai kalangan masyarakat. *Instagram*, sebagai salah satu yang paling populer platform media sosial di kalangan pemuda Indonesia dalam menciptakan dan

memperluas ruang alternatif untuk membangun identitas mereka sebagai Muslim yang berbudi luhur. Memanfaatkan teknologi *Instagram* dengan bahasa visualnya. Salah satu pelaku dakwah yang memanfaatkan *Instagram* sebagai media dakwah adalah Felix Siauw. Beberapa kajian sebelumnya membahas metode dan konten dakwah Felix Siauw di berbagai sosial media, khususnya di *Instagram*.

B. Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian ini, peneliti akan memaparkan keseluruhan data yang telah didapatkan. Hasil ini didapatkan dari kegiatan, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat dipaparkan, sebagai berikut :

Pembentukan Citra Ustadz Felix Siauw Melalui Aktivitas Dan Karya Dari Instragram.

Ustadz Felix Siauw adalah seorang Islamic Inspirator, mengapa dapat dikatakan seperti itu adalah karena kegelisahan dan pencariannya akan tuhan dan nilai-nilai ketuhanan akhirnya menuntunnya untuk menjadi seorang muslim ketika ia menjalani masa kuliah di Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor (IPB). Pria kelahiran Palembang 31 Januari 1984 ini pada awalnya bukanlah seorang muslim dan terlahir dalam lingkungan keluarga non muslim yaitu katolik tionghoa. Setiap program-program yang disusun oleh Ustadz Felix disusun sedemikian rupa sehingga mampu membangkitkan nilai Ilahiah di dalam diri setiap individu sehingga mampu

dan mau menjalani hidup dan beraktivitas dengan mulia. Al-Qur'an dan As- Sunnah selalu menjadi landasannya dalam menginspirasi aktivitasnya maupun mengubah performa setiap individu yang mengikuti program-programnya.

Selain sebagai seorang mubaligh, Ustadz Felix juga aktif dalam sebuah organisasi yaitu Hizbut Tahrir Indonesia (HTI), Ustadz Felix merupakan seorang aktivis dakwah di Hizbut Tahrir Indonesia. Ustadz Felix merupakan seorang Syabab Hizbut Tahrir, harokah dakwah Islam yang banyak masyarakat Indonesia belum mengenalnya.

Selain berdakwah secara langsung, Ustadz Felix juga dikenal sebagai “Ustadz Kekinian” dikarenakan aktifnya beliau berdakwah melalui jejaring media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube. Melalui Facebook Ustadz Felix memiliki komunitas dengan nama @UstadzFelixSiauw dan memiliki pengikut sebanyak 4.408.872. Di Twitter Ustadz yang memiliki akun @felixsiauw ini merupakan ustadz ke-2 terpopuler setelah Ustadz Yusuf Mansyur (3,02 juta) sedangkan ustadz Felix memiliki pengikut yaitu 2,96 juta. lain halnya dengan Instagram Ustadz Felix memiliki pengikut 3.5juta dan jejaring berbagi video yaitu Youtube dengan pelanggan sebanyak 323.252 subscriber dan akan bertambah setiap harinya. Bukan hanya melalui media sosial, Ustadz Felix juga sebelumnya telah menerbitkan beberapa karya tulisnya yaitu berupa buku seperti dengan banyaknya jumlah pengikut dan pelanggan Ustadz Felix tersebut tentu saja sudah membuktikan eksistensinya dan

kapabilitasnya sebagai seorang Ustadz yang dakwahnya dapat diterima dengan baik oleh berbagai elemen masyarakat, meski memang itu bukan tolak ukur yang baku.

Felix Siauw mengikuti gaya berpikir dan cara kegemaran anak muda pada umumnya. Felix Siauw memposting hal-hal yang dekat dengan anak muda, kemudian menggiring sudut pandang anak muda dalam konteks dakwah. Konten berisi satire yang dipublikasikan akan memancing diskusi di kolom komentar. Felix Siauw juga membalas komentar-komentar tersebut dengan ramah dan akrab Ratusan sampai ribuan komen berisi diskusi tentang topik yang dibahas oleh Felix Siauw. Salah satu citra pembentukan di media sosial Felix Siauw dapat dilihat dari balasan komentar seperti gambar berikut ini:

Gambar 4.1

Satu citra pembentukan di media sosial Felix Siauw



Sumber : <https://www.instagram.com/p/CKBmVg-FJ7v/?igshid=1v1gxv4ypeypa>

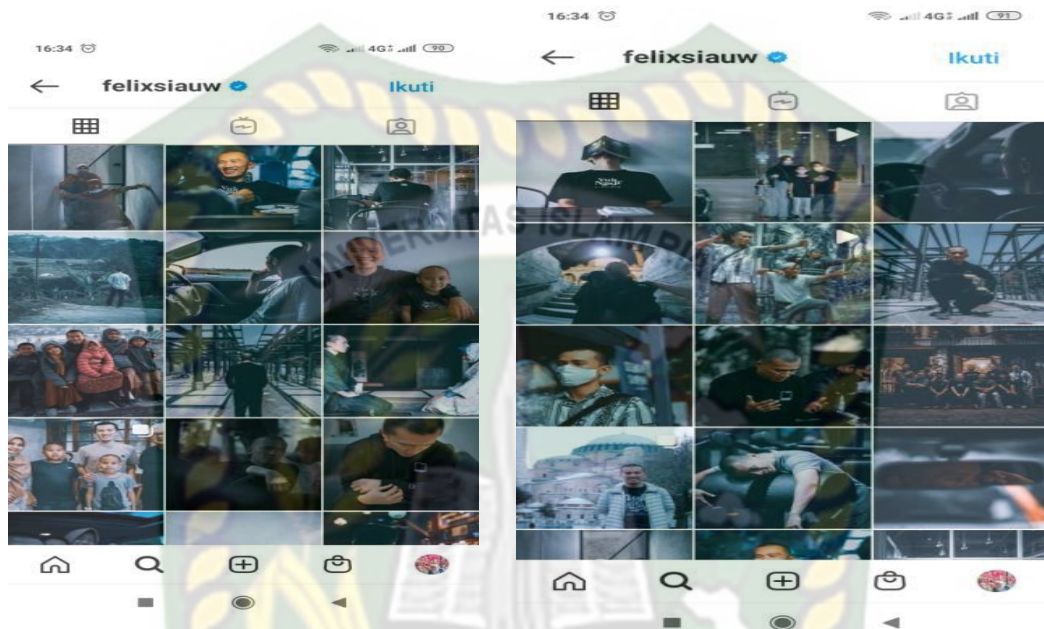
Pada gambar di atas, Felix Siauw membalas komentar yang ditinggalkan pada postingannya. Balasan komentar ada yang berupa penjelasan dan hanya berupa emoticon. Balasan berupa icon emosi pada komentar tertentu memberikan pengaruh positif pada pengguna lain yang mengikuti akunnya. Terutama yang berkaitan dengan pembentukan citra dari komunikasi di Instagram Felix Siauw. Dalam Instagram pembentukan citra merupakan hal penting dalam proses komunikasi yang terjadi, baik secara verbal dengan balasan teks atau nonverbal berupa ikon emosi yang diberikan oleh Felix Siauw. Selain memberikan pengaruh positif kepada follower Felix Siauw, tingkat keterlibatan pengguna postingan di Instagram. Mulai dari memberi likes, berkomentar, sampai menyimpan

postingan Instagram juga berpengaruh pada traffic kunjungan ke akun yang dibalas komentarnya sehingga pembentukan citra akan semakin menguat terhadap karakter ustad Felix.

Dalam proses pengunggahan foto di Instagram dikenal dengan istilah feed, gallery , atau album. Istilah ini mengacu pada koleksi foto yang terdapat pada akun pengguna Instagram. Para pengguna Instagram aktif biasanya mengunggah foto dengan tema tertentu. Bahkan mempercantik dengan filter tertentu. Ide kreatif seperti ini biasanya dikuasai oleh anak-anak muda. Dalam menarik minat pada keindahan dan daya tarik konten, Felix Siauw juga membuat konten di feed dengan memberi filter pada unggahan foto-fotonya. Kata filter merujuk pada fitur Instagram untuk memberikan efek-efek pada gambar atau foto yang diunggah secara gratis ke Instagram. Sebagai contoh, efek mengubah warna foto menjadi terang, putih, sejuk, gelap, dan lain-lain. Pengelolaan foto Felix Siauw di Instagram juga menggunakan filter ke warna-warna yang dominan gelap. Perubahan filter menjadi gelap pada akun memberi efek lebih baik dan terkesan elegan. Tampilan feed Instagram Felix Siauw dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.2

Filter gelap yang digunakan oleh Felix Siauw untuk feed Instagram



Sumber: <https://instagram.com/felixsiauw?igshid=1b917geo2eo2o>

Penggunaan filter di feeds salah satu bentuk komunikasi dan strategi yang dilakukan oleh Felix Siauw. Penggunaan filter dengan tema tertentu kebanyakan dilakukan oleh anak muda untuk meningkatkan engagement di *Instagram*. Selain itu penggunaan tema dan filter tertentu akan menjangir mereka dalam komunitas kreatif di *Instagram*. Hal ini dilakukan oleh Felix Siauw dan secara otomatis akan terikat dengan pengguna lain. Filter gelap yang dipilih Felix Siauw juga menunjukkan ketegasan dalam bersosial media dan memiliki kekuatan konsistensi. Jika memperhatikan foto yang diposting oleh Felix Siauw secara detail, maka umumnya foto tersebut berupa koleksi pribadi, perjalanan, dan kenangan bersama keluarga yang sifatnya bukan sebagai PR kontemporer.

Daya tarik konten instagram Felix Siauw terletak pada tema diary visual yang ditampilkan di feed. Warna yang dipilih oleh Felix Siauw juga warna yang cenderung populer digunakan oleh anak muda Indonesia, sehingga terjalin kedekatan emosional dengan generasi muda. Kedekatan yang dijalin secara virtual di dunia maya memberi keuntungan untuk engagement di *Instagram*.

C. Hasil Pembahasan Pembentukan Citra Ustadz Felix Siauw

Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.

Berdasarkan hal diatas maka peneliti ingin menjelaskan mengenai kategori - kategori tertentu untuk mengklasifikasikan data yang diperoleh. Setelah itu data diinterpretasikan oleh peneliti, dipadukan dengan konsep atau teori yang menunjang pemahaman atas fenomena yang diteliti. Dari pengumpulan data, data diolah melalui pengamatan, pencatatan, sesuai dengan kategori yang dipakai berdasarkan metode. Dalam penelitian ini, peneliti menempatkan posisi sebagai fasilitator yang berusaha menafsirkan dengan teori analisis semiotika yang ditampilkan dalam postingan Instagram Felix Siauw, selanjutnya keseluruhan analisis nantinya akan disampaikan dalam bentuk uraian deskriptif. Ada pun hasil penelitiannya sebagai berikut:

Tabel 4.1

Hasil Analisis Teori Semiotika Felix Siauw Dalam Media Sosial Instagram

No	Sign	Objek	Interpretasi	Hasil Analisis
1	Instagram @felixsiauw	Peneliti fokus pada reels yaitu terdapat fitur dari Instagram. Dikarenakan media ini berbentuk audio visual jadi lebih mudah memahami pesan yang ingin disampaikan dibandingkan dengan teks dan gambar (tidak bergerak).	1. Media Sosial Instagram, merupakan media yang sering di akses oleh generasi millennial saat ini. 2. Konten berupa postingan foto, video, reels dan snapgram yang merupakan konten ringan yang menggambarkan keadaan sehari-hari.	Berdasarkan dari media yang digunakan, yaitu Instagram, maka dapat disimpulkan bahwa Ustad Felix Siauw ingin menjadi Ustad yang merangkul dan mendekati diri pada generasi muda dan menjadi Ustad yang menyampaikan dakwahnya mengikuti perkembangan zaman tanpa meninggalkan pesan yang ingin disampaikan

Berdasarkan hasil tabel analisa semiotika dalam media sosial, maka didapatkan hasil analisa sebagai berikut:

1. Felix Siauw menggunakan media sosial berupa Instagram agar bisa memberikan dakwah yang mengikuti perkembangan zaman tanpa meninggalkan pesan yang ingin disampaikan.

2. Konten-konten yang di tampilkan lebih banyak konten video (audio visual) dalam bentuk Reels yaitu fitur dari Instagram, hal ini dilakukan karena konten audio visual lebih mudah dipahami oleh para segmentasi yang dituju.
3. Konten video yang diangkat membahas isu-isu terkini sehingga mengetahui permasalahan yang ada di masyarakat saat ini.

Tabel 4.2

Hasil Analisis Teori Semiotika Felix Siauw Dalam Pembentukan Citra

Sign	Interpretasi	Hasil Analisis
<p>Postingan Reels pada Instagram tanggal 20 November 2021</p> <p>https://www.instagram.com/tv/CWerOIAjwEV/?utm_medium=copy_link</p>	 <p>Object Visual:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. postingan video berada di luar ruangan (alam) dan fokus ke pakaian yang digunakan oleh Ustad Felix Shauw, di scene ini menggambarkan Ustad Felix Siaw sedang memberikan dakwah dengan santai. Dengan menggunakan pakaian non-formal baju kaos. 	<p>Berdasarkan postingan disamping dapat dimaknai sebagai berikut :</p> <p>Object Visual:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Object visual yang ditampilkan menggambarkan citra Ustad Felix Siauw yang sederhana di mana pakaian yang digunakan tidak formal sesuai berdasarkan tema yang diangkat pada postingan ini dakwah di ruangan terbuka yaitu kawasan alam. Pakaian yang dipakai difokuskan dengan warna hitam, hal ini memiliki tujuan bahwa Ustad Felix Shauw melambangkan citra yang berani dan memiliki kekuatan. 2. Pemberian dakwah yang langsung terjun

	 <p>2. postingan video berada di luar ruangan (alam) dan fokus ke Pemberian dakwah serta secara langsung memberikan contoh kepada masyarakat tentang apa yang di sampaikan nya sehingga pesan yang ingin disampai kan dapat diterima langsung oleh masyarakat</p> <p>Object Audio/Teks : Pada postingan ini terdapat teks yang di tuliskan, Sebagai berikut :</p> <p>1.Objek Audio : teman-temansekalian membiasakan untuk menanam</p> <p>2.Objek Teks</p> <p>-Wajar dong sebagai manusia kita ingin pahala yang high impact tapi effortless, dan memang kita dikasih kesempatan pahala yang.....</p> <p>-ada pahala dengan effort super minim kita harusnya ada senang hati membiasakan diri menanam tanaman. Minimal kita mencoba untuk menyenangkan program-program penghijauan.....</p>	<p>kelingkungan terbuka masyarakat dan memberikan praktik secara langsung dimana Ustad Felix Siauw tidak merasa canggung atau sombong sehingga menjadikan dirinya sebagai ustadz yang memiliki citra keramahan</p> <p>Object Audio/Teks :</p> <p>object audio/teks yang ada pada postingan ini memiliki makna sebagai berikut :</p> <p>Objek Audio : “teman-teman sekalian membiasakan untuk menanam”</p> <p>Audio ini memiliki makna bahwa Ustad Felix Siauw menggunakan sapaan “teman-teman” dapat diartikan bahwa ia memiliki citra yang ramah. Karena sapaan ini sering digunakan pada bahasa sehari-hari.</p> <p>Objek Teks: “Wajar dong sebagai manusia kita ingin pahala yang high impact tapi effortless, dan memang kita dikasih kesempatan pahala yang”</p> <p>Teks ini memiliki</p>
--	--	---

		<p>makna bahwa Ustad Felix Siauw menggunakan bahasa – bahasa ringan yang mudah di pahami. bahasa ini merupakan bahasa kekinian yang sangat mudah dipahami oleh semua kalangan sehingga membentuk citra dirinya yang ramah terhadap lingkungannya dan juga menjadikan sosok Ustad Felix Siauw dengan citranya yang penuh senyum dan dakwah yang bersahabat.</p>
--	--	--

Sumber: Diolah dari data Primer

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 2. Tentang Postingan Reels pada Instagram tanggal 20 November 2021 menggunakan Teori Semiotika Pierce (Segitiga Makna), di mana tanda (*Sign*) yang dikaji ialah Postingan Reels pada Instagram tanggal 20 November 2021 di dalam video tersebut terdapat Objek (*Object*) yang berupa tampilan Audio Visual yang membuat alur dakwah dari video Felix Siauw, yang kemudian peneliti olah menjadi interpretasi (*Interpretation*) untuk menemukan makna-makna tersembunyi dari video Instagram tersebut. Pada Postingan Reels di Instagram tanggal 20 November 2021 yang dakwah sederhana dalam keseharian ini menggambarkan gaya beliau berpakaian dan gaya bicara beliau yang apa adanya. Serta beliau juga Pemberian dakwah yang langsung terjun kelingkungan terbuka masyarakat dan memberikan praktik secara

langsung dimana Ustad Felix Chauw tidak merasa canggung atau sombong sehingga menjadikan dirinya sebagai ustadz yang memiliki citra keramahan.

Jadi, dapat disimpulkan citra diri yang terdapat pada Ustad Felix Chauw di dalam Postingan Reels pada Instagram tanggal 20 November 2021 tersebut ialah kesederhanaan dalam berdakwah, baik dari segi penampilan ataupun dari segi berfikir, tindakan dan penyampaian. Kemudian memiliki sifat ramah antar sesama, dengan sifat ramah inilah Ustad Felix Chauw bisa menarik simpati dari kalangan muda sampai tua serta selalu mengikuti perkembangan zaman saat ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dalam bab-bab sebelumnya maka penelitian berjudul “Analisis Pembentukan Citra Pada Media Sosial Yang Dimiliki Felix Siauw” menyimpulkan bahwa triangle meaning (tanda, objek dan interpretasi) menunjukkan bahwa Postingan Reels pada Instagram tanggal 20 November 2021 yang terpilih menampilkan bentuk citra diri seorang Felix Siauw yang sederhana, berjiwa muda, serta menampilkan sifat ramah antar sesama. Penelitian ini berdasarkan Postingan Reels pada Instagram tanggal 20 November 2021. Berdasarkan deskripsi postingan yang dipilih, maka dapat diuraikan bahwa semiotika tanda yang digunakan itu berupa video Reels pada Instagram, dengan objek berupa visual seperti gambar, warna dan grafis serta teks narasi

B. Saran

Salah satu metode dakwah adalah mau'izah hasanah yaitu memberikan nasihat-nasihat, atau menyampaikan ajaran Islam dengan kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mad'u, namun masih banyak postingan dakwah Felix Siauw yang mengandung kata-kata sindiran, seharusnya Felix Siauw lebih

memperhatikan kata-kata yang ditulis, karena ia adalah seorang da'i maka tutur katanya juga harus sesuai dengan metode dakwah. Dalam postingan tweet yang diposting pada akun twitter Felix Siauw juga sering menulis kata-kata yang dinilai provokatif oleh followernya, sehingga banyak follower yang mengomentari tweet yang ia posting . Seharusnya Felix Siauw lebih mengutamakan bahasa yang persuasif dan tidak provokatif



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Agung, Dimas Trisliatanto. 2020. *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Atmoko, Dwi Bambang. 2015. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Aw, Surwanto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Eriyanto, 2002. *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Poitik Media*. Yogyakarta: PT LKis
- Hidayat, Dasrun. 2012. *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tommy, Suprpto. 2011. *Pengantar ilmu komunikasi dan peran manajemen dalam komunikasi*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Widodo, Suko. 2010. *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Aditya Media Publishing.
- Yudistira, Raditia Sujanto. 2019. *Pengantar Public Relation di Era 4.0*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Poloma, Margaret. 2010. *Sosiologi Kontenporer*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Jurnal:

- Goffarman, Erfing. 1959. *The Presentasion of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday Anchor.
- Marta, Dinda Almas Zakariah. 2018. *Mahasiswa dan Instagram*.
- Maulana, Hardian. 2013. *Psikologi Komunikasi dan persuasi*. Jakarta: Akademia

Permata

- Mujahidah. 2013. Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi, *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan*
- Oktaresiyanti, Selvi. 2019. *Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau*. Pekanbaru.
- Pranajaya, & Hendra Wicaksono. 2017. Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp di Kalangan Pelajar.
- Potter & Perry. 2005. *Ajar Fundamental Keperawatan Konsep, Proses Dan Praktik Edisi 4*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC Jurnal.
- Putri, Diangintyas M. 2018. Proses pembentukan citra diri melalui media sosial *Instagram* pada mahasiswa Universitas Bakrie. Jakarta.
- Putu, Agus. 2020. *Social Media dan Social Network*. Bandung: Informatika
- Rizal, Muhammad Ardiansah Putra. 2017. *Kemanfaatan Instagram dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar*.
- Tjantjantia, Widika. 2013. *Sejarah Berdirinya Youtube*.
- Zukhrufillah, Irfani. 2018. Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif, Al-I Lam. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*
- Kertamukti, Rama. 2015. *Instagram dan Pembentukan Citra*. Oleh Dosen Ilmu Komunikasi Sunn Kalijaga. Yogyakarta.

BERITA

- Ciputri, Hutabarat. 2019. *PWNU Jakarta Tolak Felix Siauw Bukan Pengajiannya*. CNN Indonesia.com

INTERNET

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> diakses pada 12 April 2021

<https://www.instagram.com/p/CKBmVg-FJ7v/?igshid=1v1gxv4ypeypa> diakses pada 12 April 2021

https://www.instagram.com/tv/CWerOIAjwEV/?utm_medium=copy_link diakses pada 8 Desember 2021