

SKRIPSI

**PERSEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP CITRA DIRI PEREMPUAN
MUSLIMAH DALAM VLOG RIA RICIS**



OLEH

**NURUL MUHAFIDA NATSIR
NIM: 15.3100.025**

**PROGRAM STUDI KOMUNKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022M/1443H

**PERSEPSI *FOLLOWERS* TERHADAP CITRA DIRI
PEREMPUAN MUSLIMAH DALAM VLOG RIA RICIS**



OLEH

**NURUL MUHAFIDA NATSIR
NIM: 15.3100.025**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab
dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

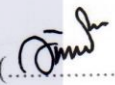
2022M/1443H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi *Followers* Terhadap Citra Diri Perempuan Muslimah Dalam Vlog Ria Ricis
Nama Mahasiswa : Nurul Muhafida Natsir
Nomor Induk Mahasiswa : 15.3100.025
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah No.B-3488/In.39/FUAD/12/2018

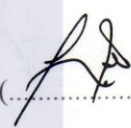
Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd.

()

NIP : 19720703 199803 2 001

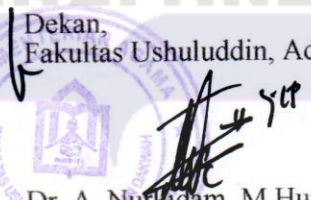
Pembimbing Pendamping : Nurhakki, S.Sos., M.Si.

()

NIP : 19770616 200912 2 001

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

()
Dr. A. Nurhidam, M.Hum.
NIP. 19641231 199203 1 045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Persepsi *Followers* Terhadap Citra Diri Perempuan Muslimah Dalam Vlog Ria Ricis

Nama Mahasiswa : Nurul Muhafida Natsir

Nomor Induk Mahasiswa : 15.3100.025

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah No.B-3488/In.39/FUAD/12/2018

Tanggal Kelulusan : 25 Februari 2022

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd.	(Ketua)	(.....)
Nurhakki, S.Sos., M.Si.	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Zulfah, M.Pd.	(Anggota)	(.....)
Sulvinajayanti S.Kom., M.I.Kom.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dr. A. Nurkidam, M.Hum.,
NIP. 19641231 199203 1 045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
 الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
 أَكْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. berkat hidayahnya, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan dan memperoleh gelar Sarjana S1 pada Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta di mana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd. dan Ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam. M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi Mahasiswa.

3. Ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk semua ilmu serta motivasi berprestasi yang telah diberikan kepada penulis.
4. Bapak/Ibu Dosen dan jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
5. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah membantu dalam pencarian referensi pada skripsi ini.
6. Teristimewa keluarga besar yang telah memberikan dukungan, semangat serta perhatian penuh kepada penulis. Tanpa kasih sayang dan dukungan dari keluarga skripsi ini mungkin tidak dapat terselesaikan.
7. Rekan-rekan seperjuangan KPI angkatan 2015 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu-persatu yang selalu menjadi teman belajar dan diskusi dalam kelas selama penulis menuntut ilmu di IAIN Parepare.
8. Teman-teman posko KPM 2018 desa Lembo, Ismail, Zulkarnain, Desi Ratnasari, Reny Ekawati, Hikma, Mukarramah dan Nurul Fidyani. Beserta teman-teman PPL TV VE CHANNEL Makassar, Ajria Arbang, Nurlina, Supiana Damir, Zulkifli Zainuddin serta karyawan VE CHANNEL Makassar yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.
9. Rekan seperjuangan dalam menyusun penelitian ini, Herminda Aziz, Arfina Damayanti, Ayu Asnani, Shella Madjid, Sadriani, Riska, Fyfy Hamnas

dengan segala bantuan, kerja sama dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih sehingga tulisan ini sapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 12 Jumadil 1443 H
15 Januari 2022 M

Penulis,



NURUL MUHAFIDA NATSIR
15.3100.025



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Muhafida Natsir
NIM : 15.3100.0025
Tempat/Tgl Lahir : Barru, 23 September 1997
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Persepsi *Followers* Terhadap Citra Diri Perempuan Muslimah
Dalam Vlog Ria Ricis

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 12 Jumadil 1443 H

15 Januari 2022 M

Penyusun,



NURUL MUHAFIDA NATSIR
15.3100.0025

ABSTRAK

Nurul Muhafida Natsir, *Persepsi Followers Terhadap Citra Diri Perempuan Muslimah Dalam Vlog Ria Ricis* (dibimbing oleh Hj. Darmawati dan Nurhakki).

Citra Diri adalah gambaran umum tentang tubuh sendiri yang membentuk pandangan untuk menyatakan suatu cara dengan menampilkan dirinya melalui penilaian. Persepsi mengenai sesuatu yang ada di dalam pikiran orang lain untuk menentukan sikap dirinya terhadap diri sendiri maupun orang lain. Citra diri sangat penting dalam proses evaluasi diri serta penting dalam pengembangan konsep diri. Followers atau pengikut adalah seseorang yang bebas untuk memberikan penilaian, mendukung serta menyukai segala kegiatan, postingan atau update sosial media milik anda.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian penelitian ini meliputi seleksi, interpretasi dan reaksi yang bertujuan untuk mengetahui persepsi followers tentang citra diri dalam vlog Ria Ricis. Objek penelitian ini adalah komentar followers yang berupa potongan-potongan gambar dan teks dalam vlog “Ricis Official”. Adapun metode yang digunakan yaitu analisis isi (*Content Analysis*), jenis data penelitian ialah data primer yang diperoleh langsung dari followers melalui kolom komentar serta data sekunder berupa referensi dari buku dan tulisan lain termasuk diinternet yang berkaitan dengan penelitian.

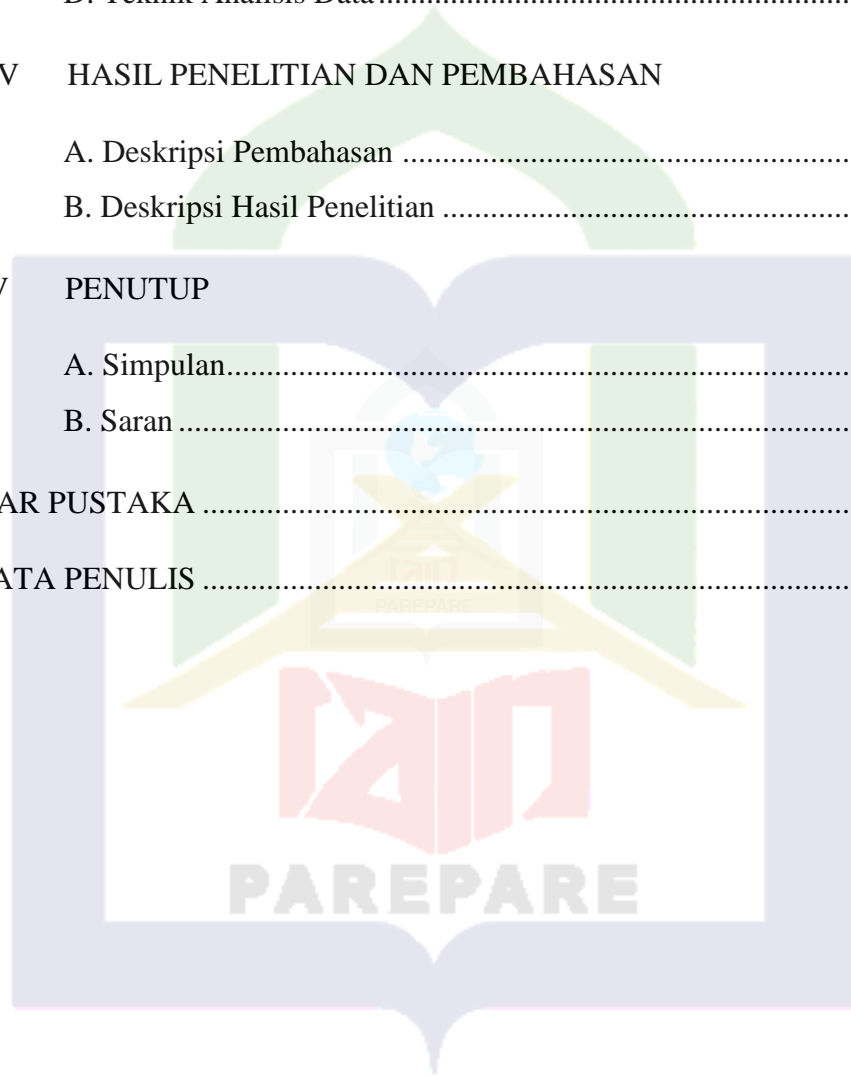
Hasil penelitian ini adalah: 1. Persepsi positif berupa motivasi, rasa bangga dan semangat yang diberikan untuk sang idola agar tetap kuat dalam menghadapi cobaan yang tengah dialami, 2. Persepsi negatif itu berupa keritikan pedas dan hujatan yang kesannya lebih ke mencari pundi-pundi rupiah dengan mengunggah vlog kematian Ayahnya, 3. Citra diri yang ditampilkan sebagai seorang Muslimah Ricis sudah memenuhi karakteristik Muslimah yang menutup auratnya, serta menjaga dirinya dari segala fitnah namun tetap eksis mengunggah video berjoget-joget di Akun Tiktok miliknya. Kebutuhan akan informasi melalui media sosial, dan mengetahui trend yang sedang berkembang saat ini sehingga mempunyai hubungan dalam pembentukan citra diri khususnya perempuan-perempuan Muslimah.

Kata Kunci: *Citra Diri, Perempuan Muslimah, Followers dan Persepsi.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori	11
1. Teori Persepsi	11
C. Kerangka Konseptual	17
D. Kerangka Pikir.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	

	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
	B. Fokus Penelitian	50
	C. Jenis dan Sumber Data	51
	D. Teknik Pengumpulan Data	51
	D. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Deskripsi Pembahasan	54
	B. Deskripsi Hasil Penelitian	59
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan.....	72
	B. Saran	72
	DAFTAR PUSTAKA	74
	BIODATA PENULIS	79



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Lampiran	Halaman
Gambar 2.1	Capture Logo Media Soisal Youtube	45
Gamabr 2.2	Bagan Kerangka Pikir	49
Gambar 4.3	Profil Akun Instagram Ria Ricis	55
Gambar 4.4	Profil Akun Tiktok Ria Ricis	56
Gambar 4.5	Capture Profil Akun Youtube Ricis Official	58
Gambar 4.6	Capture Profil Vlog Rumah Baru Papa	60
Gambar 4.7	Capture Komentar Pro Followers 1	61
Gambar 4.8	Capture Komentar Pro Followers 2	62
Gambar 4.9	Capture Komentar Pro Followers 3	64
Gambar 4.10	Capture Komentar Kontra Followers 1	66
Gambar 4.11	Capture Komentar Kontra Followers 2	68
Gambar 4.12	Capture Komentar Kontra Followers 3	70

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lam	Lampiran-lampiran
1	Biografi Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan sebuah proses yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari setiap manusia antar individu sampai menggunakan media yang biasa dikenal dengan komunikasi massa. Komunikasi bermedia juga berdasarkan teknologi, pola penyebaran, sampai bagaimana khalayak mengakses media.

Teknologi dan komunikasi mengalami perkembangan yang cukup menakjubkan. Khususnya pada perkembangan media massa, yang diawali dengan munculnya Surat Kabar, Radio dan Televisi. Pada hari ini, terbentuklah sebuah bentuk media massa baru yang dikenal dengan sebuah *New Media*, yang mencakup teknologi informasi dan teknologi telekomunikasi dimana keduanya membentuk sebuah mata rantai yang tidak dapat dipisahkan. *New Media* yang dimaksud adalah jaringan internet yang dapat menghubungkan seluruh pengguna internet diseluruh dunia didalam satu jaringan kapanpun dan dimanapun. *New Media* digunakan untuk membedakan dari media lama atau media tradisional.¹

Media baru saat ini tidak akan lepas dari internet, saat ini internet menjadi kebutuhan manusia dalam mengkonsumsi media. Mulai dari mencari informasi, hiburan, hingga bersosialisasi. Berkat kemudahan dalam mengakses internet menjadikan *sosial media user* semakin munjamur. Bahkan media sosial menjadi salah satu *lifestyle trending*. Popularitas pengguna media sosial dikalangan generasi abad

¹Hastjarjo, 'Tegnologi Digital dan Dunia Penyiaran', Jurnal Komunikasi Massa, Vol. 1 No. 1.7 (2011), h. 11.

ini tidak terlepas dari fungsinya yang mampu menjadi sarana presentasi diri guna mendukung eksistensi pribadi sebagai manusia.

Internet saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Orang-orang dapat terhubung dan berkomunikasi satu sama lain melalui internet.² Salah satu produk dari internet yang menjadikan publik saling terhubung dan mendapat informasi adalah media sosial. Media sosial sanggup melenyapkan jarak serta waktu yang ada. Data yang disuguhkan bisa diterima langsung oleh pengguna. *Youtube* ialah salah satu jejaring sosial yang mendunia.

Youtube ialah salah satu wujud media sosial berbasis video yang mulai naik daun semenjak 14 tahun yang lalu. Dikutip dari statistik dalam situsnya sendiri, *Youtube* mempunyai lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan nyaris sepertiga seluruh pengguna internet serta setiap hari orang menyaksikan ratusan jam video di *youtube* serta menciptakan miliaran kali penayangan. *Youtube* secara keseluruhan telah menjangkau lebih banyak penonton yang berumur 18-34 serta 18-49 dari pada jaringan kabel manapun yang terdapat di dunia. Dalam *youtube* itu sendiri memiliki beberapa konten seperti *Tutorial*, *Cover*, *Do It Yourself*, *Gamming*, *Challenge*, *Reaction* maupun *Vlog*.

Vlog tidak bisa di kategorikan sebagai konten yang bersifat memberikan pendidikan melainkan lebih kepada memberi informasi baik itu yang bersifat umum seperti tempat-tempat baru, atau tren busana baru atau bias juga informasi yang bersifat pribadi karena *vlog* biasa ditampilkan dalam bentuk video yang berisi tentang

²Bob Julius Onggo, *Cyber Public Relations*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017), h. 1.

hidup, pikiran, opini, dan ketertarikan. *Vlog* juga dapat disebut semacam televisi sederhana.³

Publik banyak yang tertarik sehingga memakai media sosial online *youtube*. Warga yang menjajaki serta menggunakan media sosial tersebut menampilkan kegiatan kesehariannya dengan mengabadikan serta mengunggahnya ke media sosial *youtube* yang nantinya hendak dapat menampilkan keperibadian dari pengguna dan juga bagaimana seorang menggambarkan wujud ataupun jati diri yang diinginkannya.

Citra diri ialah pemikiran yang kita buat tentang diri kita sendiri. Artinya cerminan universal tentang diri kita. Semacam kumpulan video dalam bermacam suasana dikala bersama orang lain ataupun diri sendiri, pada waktu dulu maupun saat ini. Citra diri pula ialah kesimpulan dari pemikiran kita dalam bermacam kedudukan.

Menurut G. Sach dalam Ardianto dan Soemirat: citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap - sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok – kelompok yang berbeda.⁴ Sedangkan menurut Katz dalam Ardianto dan Soemirat: citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas.

Media sosial memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk menjadi pembuat pesan tanpa melihat latar belakang, budaya, usia, status sosial, bahkan gender. Tidak mengherankan jika media sosial sangat digandrungi oleh kalangan remaja ataupun dewasa. Karena dengan kecanggihannya *youtube* dapat membantu kepada pengguna untuk menampilkan citra dirinya baik dari segi positif maupun

³Eribka Ruthellia, David Mariam dan Sondakh Stefi Harilama, “Pengaruh Konten *Vlog* dalam *Youtube* terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi”, e-Jurnal Acta Diurna, Vol VI, No, 1. (2017), h. 34.

⁴Ardianto Elvinaro dan Soleh Soemirat, *Dasar – Dasar Public Relation*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012), h. 171.

negatif. Media sosial juga didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan yang mengintegrasikan pengguna teknologi dan interaksi sosial untuk berbagi pembicaraan, gambar, video serta suara. Williamson mendefinisikan media sosial sebagai media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar.

Mengakses internet, banyak sekali platform media sosial yang ramai digunakan masyarakat, namun menurut survei yang dilakukan oleh *the manifest* bahwa media sosial yang banyak digunakan secara universal adalah Youtube. Youtube memiliki suatu misi yakni memberi kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia kepada setiap orang. Youtube memungkinkan jutaan orang untuk menemukan, menonton dan berbagi video yang diciptakan. Youtube juga menyediakan forum bagi orang untuk berhubungan, menginformasikan, dan menginspirasi orang lain diseluruh dunia dan bertindak sebagai platform distribusi bagi pencipta konten asli untuk pengiklanan besar dan kecil.⁵

Artis pendatang baru Ria Yunita yang kerap disapa dengan Ria Ricis merupakan seseorang Pembawa Acara serta Model asal Indonesia. Dia merupakan adik kedua dari Penulis sekaligus Aktris populer Oki Setiana Dewi. Populer dalam ranah Media Sosial serupa *Instagram* dan *Youtube* dengan konten yang menghibur serta menunjang nilai – nilai dakwah dalam *channel youtube* miliknya (Ricis Official) yang kerap mengunggah video serta *meme kreatif*, mampu membagikan motivasi terhadap pemirsa serta pengguna yang lain paling utama ialah golongan anak muda.⁶

⁵Rahma Nur Fathiyyah dan Nofha Rina, *Pengaruh Kredibilitas Youtube Terhadap Sikap Penonton Channel Youtube Atta Halilintar (Studi Kualitatif Pada Penonton Youtube Atta Halilintar Di Instagram @_ateam.ofc)*, jurnal komunikasi vol. 15, no. 2 (2019), h. 9.

⁶Zakiah, *“Citra Diri Perempuan Dalam Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Citra Diri Mahasiswa IAIN Surakarta Sebagai Pengguna Media Sosial Instagram)”*, (Skripsi Sarjana: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta, 2016).

Diketahui sebagai seorang *selebgram*, *channel youtube* milik Ria sukses mencapai puluhan juta *Subscriber* dibermacam golongan di dunia. Pastinya dengan senantiasa dalam penyampaian yang menghibur serta tanpa ada kesan menggurui. Bersumber pada perihal hal ini, maka menjadi energi tarik Ria Ricis selaku tokoh muda untuk diteliti mengingat masih jarang nya *vlogger* kreatif seperti dia yang senantiasa memelihara *idealisme*, dan identitasnya dalam berkarya. Dengan tetap menjaga identitasnya selaku seorang muslimah, ia tetap bisa meraih hati publik melalui video-video unggahannya diakun *youtube* miliknya. Sehingga dia telah memenuhi karakteristik khas seorang perempuan muslimah yaitu tampil dengan menggunakan jilbab, meski terkadang Ricis usil serta genit dia senantiasa berhijab sebab merupakan kewajiban bagi seluruh perempuan muslimah di muka bumi ini. Perintah untuk berhijab sudah sangat jelas diperintahkan oleh Allah SWT. dalam Al-Qur'an surah An-Nur ayat 31:

(وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَابِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ التَّبَاعِينَ غَيْرِ أُولَى الْأَرْبَابَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوْ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٣١﴾)

Artinya: “Katakanlah kepada para perempuan yang beriman hendaklah mereka menjaga pandangannya, memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (bagian tubuhnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya. Hendaklah pula mereka tidak menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali kepada suami mereka, ayah mereka, ayah suami mereka, putra-putra mereka, putra-putra suami mereka, saudara-saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara laki-laki mereka, putra-putra saudara

perempuan mereka, para perempuan (sesama muslim), hamba sahaya yang mereka miliki, para pelayan laki-laki (tua) yang tidak mempunyai keinginan (terhadap perempuan), atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat perempuan. Hendaklah pula mereka tidak mengentakkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Bertobatlah kamu semua kepada Allah, wahai orang-orang yang beriman, agar kamu beruntung”.⁷

Berdasarkan uraian diatas yang menjelaskan bahwa media sosial *youtube* mampu memberikan citra diri pada *Vloggernya*. Karena hal itulah yang melatar belakangi peneliti memilih konten *Daily life* karena konten ini merupakan salah satu konten dari genre *vlog* yang banyak digemari oleh penontonnya. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah *subsriber vlog* yang bertema *daily life* dimana mampu mencapai angka ratusan jutaan *viewers*.⁸

Atas dasar itulah, peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi *followers* sebagai pengguna *youtube* dalam jejaring media sosial tersebut. Sesuai dengan pernyataan tersebut, maka peneliti memilih judul penelitian ini yaitu **“Persepsi Followers Terhadap Citra Diri Perempuan Muslimah Dalam Vlog Ria Ricis”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mencoba merumuskan masalah yakni: “Bagaimana persepsi *followers @Ricis Official* terhadap citra diri perempuan muslimah dalam vlog Ria Ricis”.

⁷Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an Terjemahan dan Tafsir Perkata, terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an*, (Bandung: Sygma Publishing, 2010), h. 493.

⁸Joserizal Muhatmanto, *“Pesan Dakwah dalam Vlog Ria Ricis”*. (Skripsi Sarjana; Universitas Islam Negeri Walisongo (UIN) Semarang, 2018).

C. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti dalam penelitian ini yaitu: “Untuk mengetahui bagaimana persepsi *followers @Ricis Official* terhadap citra diri perempuan muslimah dalam vlog Ria Ricis”.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dikategorikan dalam dua jenis, yakni:

1. Manfaat Teoretis

Secara ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang berkaitan dengan persepsi masyarakat pada komunikasi interpersonal dan untuk melengkapi kekurangan dan penambahan dari penelitian yang terdahulu serta membangun ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengertian dan penjelasan mengenai persepsi *followers @Ricis Official* terhadap citra diri perempuan muslimah dalam vlog Ria Ricis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pada sub bab ini peneliti menguraikan beberapa hasil karya tulis yang relevan yang telah dilakukan sebelumnya, yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yaitu:

Pertama, Choirul Bariyah (2018) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Dakwah dan Komunikasi Surabaya “*Analisis Resepsi Khalayak Tentang Lettering Capture Dalam Official Account Instagram @Sub.Letter (Studi followers Official Account Instagram @Sub.Letter)*”.⁹ Penelitian ini mengenai resepsi khalayak terhadap *lettering capture*. Pemilihan *official account* instagram @sub.letter, dikarenakan akun tersebut merupakan satu-satunya komunitas yang mewadahi para penggiat atau pecinta seni *lettering* atau kaligrafi yang ada di Kota Surabaya, dan telah diikuti sekitar 2228 *follower*. Pada penelitian ini, khalayak berkesempatan untuk mempersepsi dan memproduksi makna mengenai *lettering capture* dalam *official account* instagram @sub.letter karena penulis menggunakan kode-kode secara umum, sehingga ketika pesan dalam bentuk kode-kode itu tersampaikan dengan kesesuaian oleh pembaca. Dengan kesimpulan yang masuk menjadi sebuah data real dan dapat mendeskripsikan tentang pemaknaan khalayak mengenai pemaknaan informasi yang ditampilkan melalui *letteringcapture* dalam *official account* instagram @sub.letter.

⁹Choirul Bariyah, “*Analisis Resepsi Khalayak Tentang Lettering Capture Dalam Official Account Instagram @Sub.Letter (Studi followers Official Account Instagram @Sub.Letter)*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Dakwah dan Komunikasi Surabaya, 2018).

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Choirul Bariyah dengan penelitian yang akan dilakukan yakni penelitian Choirul fokus pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas teks media dan bagaimana individu atau subyek menginterpretasikan isi dalam media tersebut yang menggunakan teori analisis resepsi jadi hasilnya berupa wawancara dengan metode kualitatif. Sementara dalam penelitian ini peneliti berfokus pada faktor yang mempengaruhi persepsi *followers* menggunakan media sosial *youtube* dalam *vlog* Ria Ricis dengan perspektif teori persepsi dengan pendekatan metode kualitatif.

Kedua, Syahidah Azzahra (2018) Mahasiswi Fakultas Konsentrasi Jurnalistik, Universita Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta “*Hubungan Terpaan Pemberitaan Sidang Ahok di Detik.com Terhadap Persepsi Masyarakat Kelurahan Pulau Panggang Tentang Citra Diri Ahok*”. Penelitian ini membahas tentang persepsi yang ditimbulkan dari efek pemberitaan media online *Detik.com* khususnya dalam sidang Ahok yang berhubungan dengan citra kepemimpinan Ahok, dimana dalam kasus tersebut Ahok masih menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta 2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan teknik analisis *Kendall Tua*, menunjukkan hasil signifikan bahwa terdapat pengaruh dari terpaan pemberitaan sidang Ahok di *Detik.com* terhadap persepsi masyarakat kelurahan Pulau Panggang tentang citra Ahok.¹⁰

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Syahidah Azzahra dengan penelitian yang akan dilakukan yakni penelitian Syahidah fokus pada persepsi masyarakat terkait citra diri kepemimpinan dan efek yang ditimbulkan dari

¹⁰Syahidah Azzahrah, “*Hubungan Terpaan Pemberitaan Sidang Ahok di Detik.com Terhadap Persepsi Masyarakat Kelurahan Pulau Panggang Tentang Citra Diri Ahok*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

pemberitaan media online yang menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif, jadi hasilnya berupa angka-angka atau data-data dengan menggunakan teknik analisis *Kendall Tua*. Sementara dalam penelitian ini peneliti ini berfokus pada faktor yang mempengaruhi persepsi *followers* menggunakan media sosial *youtube* dalam *vlog* Ria Ricis dengan perspektif teori persepsi dan pendekatan metode kualitatif.

Ketiga, Agus Mulyana (2017) Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. “*Persepsi Mahasiswa Tentang Dakwah Melalui Facebook.*” (*Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung*). Dalam penelitian ini diketahui bahwa objek yang digunakan yaitu aktivitas dakwah, *facebook* memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah salah satu mempermudah menyebarkan dakwah islam secara otomatis, sehingga *facebook* dapat dikatakan efektif untuk media dakwah secara umum. Dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial penting sebagai media penyebar informasi apabila digunakan secara optimal untuk mendukung penyebaran dakwah secara positif.¹¹

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Agus Mulyana dengan penelitian yang akan dilakukan yakni penelitian Agus mengfokus *facebook* sebagai sebagai alat penyebaran dakwah islam dikalangan mahasiswa dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan teori lapangan (*field research*). Sementara peneliti lebih berfokus pada faktor yang mempengaruhi

¹¹Agus Mulyana, “*Persepsi Mahasiswa Tentang Dakwah Melalui Facebook*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Raden Intan Lampung, 2017).

persepsi *followers* menggunakan media sosial *youtube* dalam *vlog* Ria Ricis dengan perspektif teori persepsi.

B. Tinjauan Teori

Penelitian ini akan menggunakan teori–teori yang menunjang dan mempunyai hubungan dengan permasalahan yang diangkat dala skripsi ini. Adapun tinjauan teori yang digunakan adalah:

1. Teori Persepsi

Persepsi adalah inti dari komunikasi, sedangkan interpretasi adalah inti dari persepsi, proses internal yang menginginkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita.¹² Oleh karena itu kita memiliki kesan terhadap apa yang ditangkap indera kita (pendengaran, pengelihatn, sentuhan, penciuman dan pengecapn) di lingkungan sekitar; benda, situasi, orang maupun peristiwa. Mulyana mengatakan bahwa proses persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat–alat indra kita, atensi dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirim oleh indra penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman dan pengecapan menuju ke otak, kemudian pesan yang sampai ke otak mulai dipelajari yang disebut sebagai atensi, sehingga setelah seseorang melakukan atensi terhadap pesan–pesan yang dikirimkan indra ke otak terbentuklah suatu interpretasi.

Beberapa pendapat menurut para Ahli yakni:

Menurut Rakhmat: Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan–hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan

¹²Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Cet ke-21 Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), hal. 180.

menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi indrawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori.¹³

Menurut Pareek dalam buku Psikologi Komunikasi: Persepsi adalah proses menyeleksi, menerima, mengorganisir, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi terhadap rangsangan panca indera dan data.

Menurut Sobur: Persepsi adalah menerima atau mengambil, dalam arti sempit adalah pengelihatian yaitu bagaimana cara seseorang dalam melihat sesuatu sedangkan dalam pengertian luasnya adalah:

- 1) Pandangan atau pengertian, yang artinya bagaimana seseorang memandang dalam mengartikan sesuatu. Pada dasarnya persepsi merupakan proses yang terdiri dari pengamatan seseorang mengenai suatu informasi yang disampaikan orang lain dan saling berhubungan, berkomunikasi dan bekerjasama.¹⁴
- 2) Menurut Moskowitz dan Orgel dalam penelitian Okterina, Alfanita Exacty: mengemukakan Persepsi itu merupakan proses yang terintegritas dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan cara pandang seseorang terhadap realitas yang ditangkap oleh panca indera baik secara verbal maupun non verbal sebagai representasi dari informasi yang diterima dengan memberikan pemaknaan baik itu objektif maupun subjektif yang dianggap mewakili objek tersebut.
- 3) Menurut Bimo Walgito: Persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui

¹³Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi Cet ke-1 Edisi Revisi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 89.

¹⁴Alex Sobur, *Psikologi umum Cet ke-1 Edisi Revisi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016), h. 451.

alat indera atau disebut proses sensoris. Proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.¹⁵

Alex Sobur dalam buku Psikologi umum menjelaskan tiga komponen utama dalam proses persepsi yaitu:¹⁶

- 1) Seleksi: Adalah suatu proses penyaringan oleh alat indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas, dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- 2) Interpretasi: Adalah suatu proses yang mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti motivasi, pengalaman masa lalu, kepribadian, system nilai yang dianut dan kecerdasan. Interpretasi juga bergantung terhadap pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengategorian informasi yang diterimanya, yaitu proses mereduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana.
- 3) Reaksi: Adalah interpretasi dan persepsi yang kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

Hampir semua orang, sangatlah mudah untuk melakukan perbuatan melihat, mendengar, mencium, merasakan dan menyentuh adalah proses-proses yang semestinya ada. Namun, informasi yang datang melalui alat indera, terlebih dahulu perlu diorganisasikan dan diinterpretasikan sebelum dapat dimengerti, dan proses ini dinamakan persepsi.

¹⁵Bimo Walgianto, *Pengantar Psikologi Umum Cet ke-5*, (Yogyakarta: C.V Andi, 2010), h. 99.

¹⁶Alex Sobur, *Psikologi umum Cet ke-1 Edisi Revisi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016), h. 464.

Persepsi seseorang memegang peran yang aktif dalam menanggapi stimulus dengan rangsangan yang mengenainya seperti motivasi, sikap serta pengalaman individu tersebut. Dalam melakukan persepsi terhadap dunia luar, individu menerima rangsangan dari alat indera dan melakukan pengamatan untuk mengartikan rangsangan tersebut. Untuk melakukan proses pengamatan diperlukan objek yang diamati indera dengan baik, dan langkah pertama dalam proses pengamatan adalah adanya perhatian. Persepsi pada umumnya adalah sudut pandang seseorang atau individu terhadap suatu objek yang dapat mempengaruhi respons dan tindakan seseorang.¹⁷

Berdasarkan pendapat para ahli yang dikemukakan di atas, dapat dijelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengindraan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu. Sering dikaitkan dengan pendapat, sikap, penelitian, perasaan dan lain-lain.

Menurut Mulyana persepsi terbagi dua yaitu persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia sering dijumpai persepsi sosial, meskipun kadang-kadang manusia disebut juga objek. Perbedaan antara kedua persepsi tersebut yaitu persepsi terhadap objek melalui lambang-lambang fisik, menanggapi sifat-sifat luar, sedangkan persepsi terhadap orang melalui lambang-lambang verbal dan non verbal, menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (perasaan, motif harapan, dsb).

¹⁷Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum Cet ke-5*, (Yogyakarta: C.V Andi, 2010), h. 182.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi dua yaitu faktor internal sebagai berikut:¹⁸

- 1) Fisiologis, informasi diterima melalui alat indra selanjutnya informasi yang didapat akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan makna terhadap lingkungan disekitarnya. Kemampuan indra untuk mempersepsi pada setiap orang berbeda-beda sehingga pendapat terhadap lingkungan sekitar dapat berbeda juga.
- 2) Perhatian (*atensi*), seseorang yang membutuhkan sejumlah energi untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu objek. Energi setiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap objek juga akan berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu objek.
- 3) Minat, suatu persepsi terhadap objek beragam tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakan untuk mempresepsi. *Perceptual vigilance* merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakn sebagai minat.
- 4) Kebutuhan yang searah. Faktor ini dapat dilihat bagaimana kuatnya seseorang individu mencari objek-objek atau pesan yang dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan dirinya.
- 5) Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan yang artinya sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadiankejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsangan dalam pengertian luas.

¹⁸Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Cet ke-21 Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), h. 185.

6) Suasana hati. Suatu keadaan emosi yang mempengaruhi perilaku seseorang. Mood ini memperlihatkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang mampu mempengaruhi seseorang bagaimana dalam menerima, mengingat dan bereaksi.

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan objek-objek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah:¹⁹

- 1) Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
- 2) Warna dari objek-objek yang mempunyai cahaya lebih banyak akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- 3) Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- 4) Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali di

¹⁹Mulyana Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Cet ke-21 Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), h. 187.

lihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu objek yang bisa mempegaruhi persepsi.

- 5) *Motion* atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap objek yang memberikan gerakna dalam jagkauan pandangan dibandingkan objek yang diam.

C. Kerangka Konseptual

1. Analisis isi (*Content Analysis*)

Orang mengakses media massa seperti membaca surat kabar, mendengar radio ataupun menonton televisi. Bagaimana aktualnya media massa meliput dan memberitakan seseorang atau isu tertentu. Untuk menganalisis isi pesan dari surat kabar, radio, ataupun televisi biasa digunakan teknik analisis isi (*contentanalysis*).²⁰

Analisis isi adalah teknik penelitian guna memperoleh gambaran isi pesan komunikasi massa yang dilakukan secara ilmiah merupakan salah satu ciri penting yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari suatu isi, juga menggunakan manusia (*human*) tetapi harus dibatasi personalnya agar hasil analisis mencerminkan isi dari suatu teks. Analisis isi juga dilakukan secara terstruktur agar dapat bermakna dan semua tahapan dalam proses penelitian telah dirumuskan secara jelas. Setiap kategori yang dipakai menggunakan suatu definisi tertentu dan semua bahan dianalisis dengan kategori yang sama. Selain itu juga dilakukan secara relevan dan uraian analisisnya boleh saja menggunakan tata cara pengukuran kuantitatif, kualitatif, atau bahkan keduanya sekaligus.²¹

²⁰Jumroni dan Suhaemi, *Metode-metode Penelitian Komunikasi*, cet. 1; (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta dengan UIN Press, 2006), h.68.

²¹Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian ilmu komunikasi dan ilmu Sosial*, (Jakarta :Pernadamedia Group, 2011), h.17-18

R. Holsty mendefinisikan analisis isi sebagai teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menentukan karakteristik pesan dan dilakukan secara objektif sistematis.²² Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang.

Adapun tujuan analisis isi, antara lain:

1. Menggambarkan Karakteristik Pesan

Analisis isi dipakai untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan, analisis isi juga dipakai untuk menjawab pertanyaan “what, to whom dan how”. Analisis ini menggambarkan secara detail deskripsi dari suatu pesan yang hanya menggambarkan pesan teks.

2. Menarik kesimpulan Penyebab dari suatu pesan

Analisis isi dipakai untuk melihat gambaran atau karakteristik dari suatu pesan dan digunakan untuk menarik sebuah kesimpulan penyebab dari suatu pesan.

Tidak hanya itu analisis isi juga dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi seperti surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita rakyat, lukisan, pidato, surat, teater bahkan novel dan lain sebagainya.²³ Penggunaan analisis isi terdapat dalam tiga aspek. Pertama, analisis isi dijadikan sebagai metode yang utama. Kedua, analisis isi digunakan sebagai metode saja dalam penelitian. Ketiga, analisis isi dijadikan sebagai bahan pembandingan untuk menguji kebenaran dari kesimpulan yang telah didapat dari metode lain.²⁴

²² Soejono dan Abdurahman, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Rhienea Cipta, 2019), h.68

²³ Jalaludin Rakhmat dan Idi Subandy, *Metode Penelitian Komunikasi cet ke-1 edisi revisi ke 2*, (Bandung PT. Rosdakarya, 2016), h. 89

²⁴ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta :Pernadamedia Group, 2011), h. 10-11

Analisis isi menggambarkan secara detil deskripsi suatu pesan. Ada analisis isi yang hanya menggambarkan pesan (teks). Tetapi ada juga analisis isi yang didesain untuk melakukan perbandingan. Desain analisis isi yang umumnya dipakai untuk menggambarkan karakteristik pesan ada empat yaitu:

1. Analisis yang dipakai untuk menggambarkan pesan dari sumber yang sama tetapi dalam waktu yang berbeda.
2. Analisis isi dipakai untuk melihat pesan pada situasi yang berbeda.
3. Analisis isi digunakan untuk melihat pesan pada khalayak yang berbeda.
4. Analisis isi digunakan untuk melihat pesan pada komunikator yang berbeda.²⁵

Dijelaskan bahwa batasan-batasan tentang analisis isi dengan mengemukakan dua pendekatan, yaitu pendekatan kuantitatif yang didalamnya adalah mengemukakan ketepatan dalam mengidentifikasi isi dari pesan dakwah yang muncul, seperti perhitungan dan penyebutan yang berulang-ulang dari kata tertentu.

Sedangkan pendekatan kualitatif adalah dengan menggunakan seperangkat tema sebagai suatu bentuk pedoman dalam membahas seluruh isi pesan dengan mencoba menerangkan bagaimana tema tersebut dikembangkan oleh suatu sumber media dengan meneliti masalah yang ada didalamnya yang tidak mencakup jumlah. George dan Kraucer menyatakan, bahwa *Content Analysis Kualitatif* lebih mampu menyajikan nuansa dan lebih mampu melukiskan prediksinya lebih baik.²⁶ Maka pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang akan membahas seluruh isi pesannya agar dapat menghasilkan estimasi yang lebih baik.

²⁵Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta :Pernadamedia Group, 2011) h. 33-39

²⁶Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi IV*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2000), h. 69

2. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi apa yang dibayangkan tentang dunia di sekelilingnya.²⁷ Persepsi dalam kamus diartikan sebagai proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus diperoleh dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak.²⁸

Dalam buku pengantar umum psikologi, persepsi yaitu kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan.²⁹ Beberapa pendapat diatas menyatakan bahwa persepsi dapat diartikan sebagai tanggapan atau pesan yang diterima seseorang setelah melakukan pengamatan terhadap suatu objek.

“Pada saat memberikan suatu tanggapan tertentu pada suatu objek, tentu adanya suatu proses mempersepsi terlebih dahulu, sebagaimana Bimo Walgito menyatakan: Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan merupakan suatu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Namun proses tersebut tidak berhenti disitu saja, pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan syaraf, dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan merupakan proses yang mendahului terjadinya persepsi. Proses penginderaan terjadi setiap saat, yaitu pada

²⁷Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna* Ed. 1, Cetakan ke-1 (Jakarta: Kencana, 2011), h. 135.

²⁸Khaerul Umam, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010), h. 67.

²⁹Sarlito W. Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi Cet ke-9*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2018), h. 39.

waktu individu menerima stimulus yang mengenai dirinya melalui alat indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu, dengan dunia luarnya.”³⁰

Stimulus yang mengenai individu kemudian diorganisasikan, diinterpretasikan, sehingga individu menyadari tentang apa yang ada di inderanya itu. Proses inilah yang dimaksud dengan persepsi. Jadi stimulus diterima oleh alat indera, kemudian melalui proses persepsi sesuatu yang diindra tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan.

Dengan persepsi seseorang mampu menyadari, mapu mengerti tentang situasi lingkungan yang ada dilingkungannya, apa yang dilihat dan juga tentang diri orang yang bersangkutan. Persepsi itu akan terjadi apabila adanya rangsangan dari luar diri individu seperti informasi, kejadian dan lain-lain.

Menurut Joseph A. Devito yang dikutip oleh Faizah Muchsin mengemukakan persepsi adalah “proses dimana kita menjadi sadar akan objek atau peristiwa dalam lingkungan melalui ragam indera kita, penglihatan, pengraabaan, penciuman dan pengecapan. Persepsi juga tentang pengalaman objek, peristiwa-peristiwa dan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan serta memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru.”³¹

Senada dengan pendapat di atas, Desiderato dalam buku Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan bahwa “persepsi itu merupakan pengalaman terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan”. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi

³⁰Bimo Walgito, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar Cet. IV Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 35.

³¹Faizah Muchsin, *Psikologi Dakwah, Cet. 3* (Jakarta: Prenada Media Group, 2018), h. 151.

(sensory stimuli). Hubungan sensasi dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian dari persepsi. Walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi dan memori.³²

Ahmad Mubarak mengatakan persepsi adalah proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dan pengamatan secara global disertai kesadaran, sedang objek dan subjeknya belum berbeda satu dari yang lainnya.³³

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses informasi yang berasal dari pengalaman dan peristiwa yang terjadi pada masa lampau. Dengan kata lain, persepsi dapat diartikan sebagai proses informasi yang terjadi melalui alat-alat indera berdasarkan pada pengalaman di masa lampau. Dan juga pengalaman pada objek yang disimpulkan dan diberikan makna kemudian ditafsirkan berdasarkan pada stimuli dari lingkungan.

Dapat dipahami bahwa persepsi adalah suatu pesan atau tanggapan yang diperoleh seseorang setelah mengadakan pengamatan langsung terhadap apa yang disampaikan.

1) Bentuk – Bentuk Persepsi

Bentuk-bentuk Persepsi yaitu: melalui alat indera pendegaran, persepsi melalui indra penciuman, persepsi melalui indra pengecap, dan persepsi melalui kulit atau perasa.³⁴ Sedangkan menurut Irwanto yaitu:

³²Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 50.

³³Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Madani Media, 2014), h. 109.

³⁴Bimo Walgito, *Pengantar Umum Psikologi*, (Yogyakarta: Andi Offest, 2010), h. 124.

- a. Persepsi positif yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal ini akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang dipersepsikan.
- b. Persepsi negatif, yaitu persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (tahu tidaknya atau kenal tidaknya) dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan ke pasifan atau menolak dan menentang terhadap objek yang dipersepsikan.³⁵ Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi baik yang positif maupun yang negatif akan selalu mempengaruhi diri seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Munculnya suatu persepsi yang positif maupun persepsi negatif semua itu tergantung pada bagaimana cara individu menggambarkan segala pengetahuannya tentang suatu objek yang dipersepsinya.

2) Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Persepsi kita keliru bisa berbeda-beda karena dipengaruhi oleh berbagai faktor personal, situasional, fungsional dan struktural. Diantara faktor yang besar pengaruhnya dalam mempersepsi sesuatu adalah perhatian, konsep fungsional dan konsep struktural.³⁶ Persepsi yang dilakukan masing-masing individu tentunya berbeda-beda. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor. Cara kita mempersepsikan situasi sekarang tidak bisa terlepas dari adanya pengalaman sensoris terdahulu. Kalau pengalaman terdahulu itu sering muncul, maka reaksi kita selalu menjadi kebiasaan secara ilmiah benar mengingat respon-respon perseptual yang ditunjukkannya. Mungkin sembilan puluh persen dari pengalaman-pengalaman

³⁵Irwanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT. Prehallindo, 2016), h. 71.

³⁶Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Madani Media, 2014), h. 111.

sensoris kita sehari-hari dipersepsikan dengan kebiasaan yang didasarkan pada pengalaman terdahulu yang diulang-ulang.³⁷

Oleh karena itu apa yang kita persepsikan pada suatu waktu tertentu akan tergantung bukan saja stimulusnya sendiri, tetapi juga pada latar belakang beradanya stimulus itu. Seperti pengalaman sensoris kita yang terdahulu, perasaan kita pada waktu itu, prasangka-prasangka, keinginan - keinginan, sikap dan tujuan. Berikut ini dikemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, menurut para ahli bahwa ada tiga faktor penting yang mempengaruhi persepsi yaitu pengetahuan (*knowledge*), harapan (*expectation*) dan penilaian (*evaluation*).³⁸

Keadaan orang yang mempersepsi dipengaruhi oleh harapan dan penilaian terhadap stimulus seseorang apabila memiliki harapan dan penilaian yang baik terhadap situasi tertentu, demikian sebaliknya. Pandangan manusia dalam mempersepsi sesuatu sesuai dengan pengalaman dan harapan yang ada pada dirinya, sehingga persepsi seseorang terhadap sesuatu dapat bersifat efektif dan berubah.

Menurut Robbins dan Judge, ada tiga faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu: (1) preceiver, orang yang memberikan persepsi, (2) target, orang atau objek yang menjadi sasaran persepsi, (3) situasi, keadaan pada saat persepsi dilakukan.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi persepsi yaitu:

1. Faktor perhatian

Perhatian adalah proses mental ketika stimulus atau rangkaian stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah.³⁹ Penarik perhatian,

³⁷Dimiyati Mahmud, *Psikologi Suatu Pengantar Edisi Terbaru*, (Jakarta: Andi Publisher, 2018), h. 41.

³⁸Linda Davidoff, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 2018), h. 51.

³⁹Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Remaja Rosdakarya, 2012), h. 51.

bisa datang dari luar (eksternal), bisa juga dari dalam diri yang bersangkutan (internal). Faktor luar (eksternal) yang secara psikologis menarik perhatian biasanya disebabkan karena hal itu mempunyai sifat-sifat yang menonjol dibanding stimuli yang lain, misalnya karena bergerak sementara yang lain diam, atau karena adanya unsur kontras, kebaruan atau perulangan.⁴⁰

2. Faktor fungsional

Faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi antara lain faktor kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional dan latar belakang budaya. Menurut Krech dan Crutch Field sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat maksud dari empat faktor yang mempengaruhi persepsi di atas yaitu:⁴¹

- a. Kebutuhan: Merupakan salah satu dorongan kejiwaan yang mendorong manusia untuk melakukan suatu tindakan, misalnya rangsangan, keinginan, tuntutan dan cita-cita.
- b. Kesiapan mental: Kesanggupan penyesuaian atau penyesuaian sosial atau keduanya sekaligus untuk menciptakan hubungan-hubungan sosial yang berhasil.
- c. Suasana emosional: Secara *hipnotis* diciptakan tiga macam suasana emosional, yaitu suasana bahagia, suasana kritis dan suasana gelisah.
- d. Latar belakang budaya: Merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi antar budaya.

⁴⁰Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah Edisi Terbaru*, (Jakarta: Madani Media, 2014), h. 110.

⁴¹Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Remaja Rosdakarya, 2012), h. 56.

3. Faktor struktural

Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Menurut *teori Gestalt* bila seseorang mempersepsi sesuatu, maka ia mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan, bukan bagian-bagiannya, lalu menghimpunnya.

Sebagai contoh ketika berjumpa seorang kiai alim di desa, yang tengah mengenakan pakaian yang lusuh dan penuh tambalan, maka ia di persepsi sebagai seseorang yang sangat sederhana, meski bajunya tambalan tetapi bersih (penghargaan), ketika pakaian itu dikenakan oleh seorang seniman terkenal, maka ia dipersepsi sebagai orang yang nyentrik (*netral*), tetapi ketika pakaian yang sama dikenakan oleh seorang penjahat, maka ia dipersepsi sebagai orang jelek yang pakaiannya awut-awutan (*negatif*).⁴²

Demikianlah, stimuli yang ditangkap indera dipersepsi menjadi informasi, dan kemudian disimpan di dalam memori.

3) Proses Terjadinya Persepsi

Persepsi terjadi melalui suatu proses, dimulai ketika dorongan diterima melalui pengertian kita. Kebanyakan dorongan yang menyerang pengertian kita disaring, sisanya diorganisir dan diinterpretasikan. Proses yang menyertai beberapa informasi yang diterima oleh pikiran kita dan mengabaikan informasi lainnya dinamakan *selective attention* atau *selective perception*.

Selective attention dipengaruhi oleh karakteristik orang atau objek yang dipersepsikan, terutama besaran, intensitas, gerakan, pengulangan dan keaslian.

⁴²Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah Edisi Terbaru*, (Jakarta: Madani Media, 2014), h. 115.

Selective attention dipicu oleh sesuatu atau orang yang mungkin di luar konteks, seperti mendengar seseorang berbicara dengan aksen asing.⁴³

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses diterimanya stimulus melalui panca indera, lalu stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.

Dari segi psikologis, dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen:

- a. Seleksi adalah proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar.
- b. Interpretasi yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang, interpretasi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman masa lalu, motivasi, kepribadian dan kecemasan.
- c. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi. Jadi proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.

Proses terjadinya persepsi apabila informasi yang datang dari luar diri individu melalui panca indera, seperti: mata, telinga, lidah, dan kulit. Setelah itu rangsangan diterima, kemudian diinterpretasikan, setelah itu baru dilakukan proses penyadaran oleh individu tersebut. Setiap individu mempunyai pengalaman dan latar belakang yang berbeda-beda terhadap rangsangan yang diterimanya, sehingga hasil persepsinya juga berbeda. Bila yang dipersepsi dirinya sendiri sebagai objek persepsi, inilah yang disebut persepsi diri (*self-perception*). Sebab dalam persepsi itu merupakan kegiatan yang integrated, hingga seluruh apa yang terdapat dalam diri individu akan ikut berperan dalam persepsi tersebut.

⁴³Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi Edisi ke 3*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 61.

3. Tinjauan mengenai Presentasi Diri

Goffman menggambarkan interaksi sosial sebagai suatu pertunjukan teater di mana masing-masing orang bertindak dalam “jalur” tertentu. “Jalur” itu adalah sejumlah tindakan verbal dan nonverbal yang dipilih secara hati-hati untuk mengekspresikan diri. Tentu saja “jalur” ini dapat berubah dan suatu situasi ke situasi lain menurut derajat kepentingan yang dimiliki individu.

Menurut Goffman bahwa salah satu aturan dasar interaksi sosial adalah komitmen yang saling timbal-balik di antara individu-individu yang terlibat mengenai peran (*role*) yang harus dimainkannya. Satu pertanyaan yang cukup mendasar sehubungan dengan hal tersebut, adalah bagaimana individu dapat menciptakan suatu kesan yang baik?

Goffman mengajukan syarat-syarat yang perlu dipenuhi bila individu mengelola kesan secara baik, yaitu:⁴⁴

- a. Penampilan muka (*proper front*), Yakni perilaku tertentu yang diekspresikan secara khusus agar orang lain mengetahui dengan jelas peran si pelaku (aktor). Front ini terdiri dari peralatan lengkap yang kita gunakan untuk menampilkan diri. Front ini mencakup 3 aspek (unsur) setting (serangkaian peralatan ruang dan benda yang digunakan); appearance (penggunaan petunjuk artifaktual, misal pakaian, rencana, atribut-atribut, dll); *manner* (gaya bertingkah laku, misal cara berjalan duduk, berbicara, memandang, dll.)
- b. Keterlibatan dalam perannya. Hal yang mutlak adalah aktor sepenuhnya terlibat dalam perannya. Dengan keterlibatannya secara penuh akan menolong dirinya

⁴⁴Musta'in, *Teori Diri Sebuah Tafsir Makna Simbolik Pendekatan Teori Dramaturgi* Goffman, dalam Jurnal Komunika, Vol 4 No 2.7 (2010), h. 272.

untuk sungguh-sungguh meyakini perannya dan bisa menghayati peran yang dilakukannya secara total.

- c. Mewujudkan idealisasi harapan orang lain tentang perannya. Misalnya seorang dokter harus mengetahui tipe perilaku apa yang diharapkan dan orang-orang pada umumnya mengenai perannya, dan memanfaatkan pengetahuan ini untuk diperhitungkan dalam penampilannya. Kadang-kadang untuk memenuhi harapan orang pada umumnya, dia harus melakukan sesuatu yang sebenarnya tidak perlu. Misalnya, seorang dokter yang ahli dan sudah berpengalaman sebenarnya dia dapat mendiagnosa penyakit pasiennya hanya dengan menatap sekilas pada warna kulit atau pupil matanya. Jika dia melakukan hal ini sebelum menuliskan resep obat yang cocok, maka pasien mungkin merasa dibohongi. Untuk menghindari masalah ini, maka dokter itu akan melengkapi pemeriksaan dengan *stethoscope*, *thermometer*, dll. Meskipun hal tersebut sesungguhnya tak diperlukan untuk membuat diagnosa.
- d. *Mystification* Akhirnya Goffman mencatat bahwa bagi kebanyakan peran *performance* yang baik menuntut pemeliharaan jarak sosial tertentu diantara aktor dan orang lain. Misalnya seorang dokter harus memelihara jarak yang sesuai dengan pasiennya, dia tak boleh terlalu kenal/akrab, supaya dia tetap menyadari perannya dan tidak hilang dalam proses tersebut.

4. Pencitraan Diri

1) Pengertian Citra Diri (*self image*)

Dalam literatur Psikologi, *self image* dikenal dengan sebutan *self concept*, apabila seseorang bertanya kepada dirinya “siapakah aku?” hingga dia juga berupaya

menguasai *self image* dirinya. Bagi Larsen & Buss⁴⁵ dalam buku “*Personality Psychology*” mendeskripsikan *self image* dapat dikelompokkan menjadi tiga elemen dengan jawaban, ialah: mengatakan status sosialnya, mengatakan ciri keperibadiannya, dan mengatakan deskripsi fisiknya. Melihat jawaban tersebut, kita memperoleh gambaran bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Jawaban tersebut sangat penting sebab membagikan fondasi yang menentukan bagaimana kita memperlakukan diri kita serta bagaimana kita mengambil keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Jawaban tersebut merupakan sebagian kenyataan obyektif tentang diri kita, seperti status sosial dalam warga serta identitas fisik yang dibawa sejak lahir. Tidak hanya itu pula bersifat subyektif semacam komentar terhadap watak dan karakteristik karakter. Namun yang penting disini merupakan perspektif dalam menyikapi jawaban tersebut. Perspektif yang positif hendak membuat kita bisa menerima diri apa adanya, sedangkan perspektif negatif hendak membuat kita tidak aman dengan diri sendiri. Senada dengan hal tersebut, Burn mengatakan bahwa citra diri adalah cerminan yang dipunyai seseorang tentang dirinya sendiri sebagai makhluk yang berfisik, sehingga citra diri sering berhubungan dengan karakteristi-karakteristik fisik yang termasuk didalamnya penampilan seseorang secara universal, ukuran badan, metode berpakaian, model rambut serta pengguna kosmetik. Pendapat ini didukung oleh susanto, citra diri ialah konsep yang kompleks meliputi karakter, kepribadian, tubuh serta penampilan seseorang.⁴⁶

⁴⁵Budiawan Galuh, *Peranan Self Image Dalam Membentuk Self Esteem Anda*, (New York: McGraw-Hill 2010), http://www.kompasiana.com/rumahshine/peranan-self-image-dalam-membentuk-self-esteem-anda_550077758133119a17fa7863 (03 November 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses).

⁴⁶Susanto A.B, *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*, (Jakarta: Elex Media Komputido, 2001), h. 34.

Citra adalah cara individu menampilkan dirinya pada orang lain untuk membentuk penilaian atau konsepsi orang lain terhadap dirinya. Pencitraan merupakan cara membentuk citra mental pribadi atau gambaran sesuatu. Dalam arti lain sebagai suatu gambaran visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa atau kalimat.⁴⁷ Gambaran diri ini meliputi baik konsep diri maupun cita-cita seorang untuk dirinya sendiri, dengan sebutan lain, dari *real (the real self)* serta diri sempurna (*the ideal self*). Banyak perkembangan terjalin sebab adanya gambaran diri. Guna gambaran diri ini ialah menghubungkan waktu saat ini serta waktu yang akan datang.

Citra diri merupakan konsep diri mengenai orang macam apakah diri sendiri. Ini ialah produk dari pengalaman masa lalu dan berhasil serta kegagalannya, penghinaan serta kemenangannya, serta bagaimana orang lain bereaksi terhadap diri sendiri, paling utama dalam perihal kecil dalam buku *Psycho-Cybernetics*.⁴⁸ Citra diri (*self-image, body image, citra tubuh, gambaran tubuh*) merupakan perilaku seseorang terhadap tubuhnya serta sadar dan tidak sadar. Perilaku ini mencakup persepsi serta perasaan tentang dimensi serta wujud, fungsi penampilan serta kemampuan tubuh saat ini dan masa lalu.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa citra diri merupakan gambaran umum tentang tubuh sendiri yang membentuk pandangan untuk menyatakan suatu cara menampilkan tubuh seperti cantik atau jelek. persepsi atau gambaran mengenai sesuatu yang ada di dalam pikiran orang lain untuk menentukan sikap dirinya terhadap

⁴⁷Irfan Fitriadi, "*Citra Diri Pengamen Pedesaan (Studi Deskriptif Kualitatif Pencitraan Diri Warga Miskin Dukuh Kalisari, Desa Banyudono, Kecamatan Bayudono, Boyolali)*", 9Skripsi sarjana; FISIFOL: Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011), h. 30.

⁴⁸Yustinius, Semiun, *Kesehatan Mental 1: Pandangan Umum Mengenai Penyesuaian Dan Kesehatan Mental Serta Teori-Teori Yang Terkait*, (Yogyakarta: Kunisius, 2006), h. 300.

diri sendiri maupun orang lain. Citra diri sangat penting dalam proses evaluasi diri serta penting dalam pengembangan konsep diri.

a. Komponen Citra Diri

Hurlock menyatakan bahwa untuk mengungkapkan citra diri dengan cara menghargai diri sendiri, melakukan penilaian yang realistis, memiliki keyakinan, dan memiliki kebebasan. Menghargai diri sendiri secara realistis atau stabil ketika dipuji. Individu memahami karakteristik dirinya sendiri. Mengetahui seperti apa dirinya sendiri. Individu dapat menghargai diri sendiri dalam hal menerima kelebihan dan kekurangan sehingga bebas menggunakan dan mengembangkan potensi yang dimiliki. Keyakinan diri tanpa harus mengikuti pendapat orang lain, tidak mudah goyah harga dirinya karena pujian, memiliki rasa percaya diri yang besar tanpa mempermudah orang lain dan mampu mengambil keputusan dengan pertimbangan sendiri serta bertanggung jawab terhadap keputusan tersebut. Mempunyai kebebasan untuk sadar akan bermacam-macam perasaannya. Mampu menerima, mengenali keinginan, harap, ketakutan dan kemarahannya sendiri dan menerima kecenderungan emosionalnya tidak dalam bentuk persetujuan diri dalam memiliki kebebasan untuk menyadari sifat-sifat perasaannya.⁴⁹

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan – pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta – fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Solomon dalam rahmat menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita

⁴⁹Komariyah dan Fadillah Nur, “*Hubungan Antara Persepsi Gaya Hidup Fashion Dengan Citra Diri Pada Komunitas Hijabers Surakarta. Naskah Publikasi*”, (Skripsi, Fakultas psikologi UMRI Surakarta, 2012), h. 40.

miliki. Tidak akan teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk dari pengetahuan dan informasi – informasi yang diterima seseorang.

Menurut Jersild, terdapat tiga komponen dalam citra diri yaitu:⁵⁰

- a) **Perceptual Component:** Komponen ini merupakan image yang dimiliki seseorang terkait penampilan dirinya, terutama tubuh dan ekspresi yang diberikan pada orang lain. Didalam mencakup *attractiveness*, *appropriateness* yang berhubungan dengan daya tarik seseorang bagi orang lain. Hal ini dapat dicontohkan oleh seorang yang memiliki wajah cantik atau tampan, sehingga seseorang tersebut disukai oleh orang lain. Komponen ini disebut sebagai *Physical Self Image*.
- b) **Conceptual Component:** Merupakan konsepsi seseorang mengenai karakteristik dirinya, misalnya kemampuan, kekurangan dan keterbatasan dirinya. Komponen ini disebut *Psychological Self Image*.
- c) **Attitudinal Component:** Merupakan pikiran dan perasaan seseorang mengenai dirinya, status dan pandangan terhadap orang lain. Komponen ini disebut sebagai *Social Self Image*.

b. Indikator citra diri

Brown mengungkapkan bahwa terdapat tiga aspek dalam pengetahuan akan diri sendiri yaitu:⁵¹

⁵⁰Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation Cet ke- 11*, (Bandung: Remaja Rosdakrya, 2008), h. 50.

⁵¹Dianingtyas M. Putri, “*Roses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Bakrie*”, (Skripsi Sarjana; Universitas Bakrie: Jakarta, 2018). H. 54.

a) Dunia Fisik (Physical World)

Realitas fisik dapat memberikan suatu makna yang mana seseorang dapat belajar mengenai dirinya sendiri. Sumber pengetahuan dari dunia fisik memberikan pengetahuan terhadap diri sendiri. Akan tetapi pengetahuan dari dunia fisik terbatas pada atribut yang bisa diukur dengan yang mudah terlihat dan bersifat subjektif dan kurang bermakna jika tidak dibandingkan dengan orang lain. Individu pada dasarnya akan merasa terpacu menunjukkan jati dirinya di media sosial dikarenakan fisik yang dimilikinya.

b) Dunia Sosial (Social World)

Sumber masukan untuk mencapai pemahaman akan citra diri adalah masukan dari lingkungan sosial individu. Proses pencapaian pemahaman diri melalui lingkungan sosial tersebut ada dua macam, yaitu:

1. Perbandingan Sosial (*Social Comparision*)

Serupa dengan dunia fisik, dunia sosial juga membantu memberi gambaran diri individu melalui perbandingan dengan individu lain. Pada umumnya individu cenderung sering membandingkan dengan individu lain yang dianggap sama dengannya untuk memperoleh gambaran yang menurut mereka adil. Akan tetapi tidak jarang individu membandingkan dirinya dengan individu yang lebih baik (disebut *upward comprasion*) atau yang lebih buruk (*downward comprasion*) sesuai dengan tujuan mereka masing-masing.

2. Penilaian yang Tercerminkan (Reflected Apraisal)

Pengetahuan akan diri individu tercapai dengan cara melihat tanggapan orang lain terhadap perilaku individu lainnya. Misalnya jika seseorang melontarkan candaan dan individu lain tertawa hal tersebut dapat menjadi sumber untuk mengetahui bahwa orang tersebut lucu.

c) Dunia dalam

Sedangkan untuk sumber berupa penilaian dari diri individu, ada tiga hal yang dapat mempengaruhi pencapaian pemahaman akan citra diri individu, yaitu:

1. Instropeksi (*introdpection*)
2. Proses Mempersepsi Diri (*self perception process*)
3. Atribusi Kausal (*causal attributions*)

3) Media Citra Diri

Terdapat berbagai karakteristik yang menjadi konteks media baru. Gane dan Beer mengulas tentang salah satu karakteristik dari media baru, yakni *archive* atau penyimpanan arsip. *Archive* dalam media baru harus dipahami dalam kerangka teknologi komunikasi yang mengubah cara dalam menghasilkan, mengakses hingga menaruh informasi itu sendiri. Istilah ini berbeda dengan arsip yang selama ini dipahami sebagai sebuah kumpulan dokumen yang memuat informasi tertentu, disimpan di sebuah tempat, bisa membuat foto, film maupun suara. Arsip yang dimaksud bukan sekedar dipandang sebagai dokumen resmi tertentu semata yang disimpan, melainkan internet dengan jaringan, distribusi informasi, dan mediasi

antara manusia – mesin menjadi tempat penyimpanan data yang kebanyakan memuat citra diri.⁵²

Riset kekinian terhadap komunikasi semestinya telah memasuki pada pertumbuhan teknologi komunikasi yang sudah jadi bagian dari kehidupan warga serta fokusnya tidak cuma kepada pesan ataupun konten semata. Holmes memandang pada realitas tiap hari individu senantiasa bersentuhan dengan teknologi serta dikala ini hidup kita dalam warga data.

Ikatan antara raga ataupun interface antara orang di masa media baru ini tidak lagi mendominasi, melainkan sudah diwakili oleh fitur teknologi komunikasi. Apalagi dalam pertumbuhan dunia maya dikala ini, kehairan orang selaku objek biasa diwakili oleh animasi cocok dengan kemauan orang tersebut. Didalam internet siapapun dapat jadi apa saja yang diinginkannya, seperti itu pencitraan dirinya secara virtual.⁵³

5. Pengertian Perempuan Muslimah

Karakteristik perempuan muslimah tersimpul dalam sabda Rasulullah SAW, yang menetapkan dasar-dasar persamaan Antara laki-laki dan perempuan dengan sedikit kekhususan dalam beberapa bidang. Rasulullah SAW, juga menjelaskan bahwa yang dimaksud adalah; “Sebenarnya wanita itu adalah saudara kandung laki-laki” (HR. Abu Daud)⁵⁴. Sebagaimana Umar bin Khattab berkata; Demi Allah, pada

⁵²Ruslan Rosadi, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 71.

⁵³David Holmes, *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h. 2.

⁵⁴Abdul Halim Abu Syuqqoh, *Kebebasan Wanita*, Jilid IV, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2012), h. 95.

zaman jahiliah kami menggap wanita itu tidak ada artinya. Juga ada tanggapan pada masa jahiliah kaum wanita tidak di hargai sedikitpun disebabkan seorang perempuan tidak bisa berperang dan juga akan membuat mereka menjadi miskin. Tetapi tatkala Islam datang dan Allah menyebut-nyebut tentang mereka, barulah mereka sadar bahwa mereka mempunyai hak yang sama.

Standar berpakaian itu ialah takwa yaitu pemenuhan ketentuan-ketentuan agama. Berbusana muslim dan muslimah merupakan pengalaman akhlak terhadap diri sendiri, menghargai dan menghormati harkat dan martabat dirinya sendiri sebagai makhluk yang mulia. Berikut adalah kaidah umum tentang cara berpakaian yang sesuai dengan ajaran Islam yang mulia:

- 1) Berpakaian harus menutup aurat, longgar tidak membentuk lekuk tubuh dan tebal tidak memperlihatkan apa yang ada dibaliknya. Allah Ta'al berfirman dalam al-Qur'an surat Al- A'raf ayat 26:

يٰٓبٰنِيٓ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُّوَارِيٓ سَوْءَتِكُمْ وَيُرِيٓثُهَا وَلِبَاسٌ اَلْتَقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ
ذٰلِكَ مِنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ

Terjemahannya: "Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat".⁵⁵

- 2) Berpakaian tidak menyerupai pakaian laki-laki atau sebaliknya. Imam al-Bukhari meriwayatkan dalam kitab shahihnya:⁵⁶ *Dari Ibnu Abba radhiallahu*

⁵⁵Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an Terjemahan dan Tafsir Perkata*, terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, (Bandung: Sygma Publishing, 2010), h. 206.

⁵⁶Abdul Halim Abu Syuqqoh, *Kebebasan Wanita*, Jilid IV, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2012), h. 92.

anhu, dia berkata, “Rasulullah shallallahu alaihi wasallam menalknat kaum wanita yang menyerupai pria dan kaum pria yang menyerupai wanita”. (HR. **al-Bukhari**)

Berpakaian tidak merupakan pakaian *syuhroh* (untuk). Imam Ibnu Majah meriwayatkan dalam kitab sunnahnya: *dari Ibnu umar radhiallahu anhu ia berkata bahwa rasulullah shallallahu alaihi wasallam telah bersabda, “barangsiapa menggunakan pakaian ketenaran didunia maka niscaya Allah akan mengenakan padanya pakaian kehinaan dihari kiamat”.* (HR. **Ahamd, Abu Daud, al-Nasa dan Ibnu Majah**)

Menurut Harbert Rittliger, perempuan memiliki daya tarik tersendiri. Tidak heran jika manusia jenis kelamin perempuan ini menjaddi sasaran favorit berbagai pihak dan *profesi*, baik *photographer*, *cameramen*, pengiklanan, pemasaran dan lain sebagainya. Daya tarik perempuan tersebut memang sudah khas, unik dan spesifik yang tidak bisa ditemui pada manusia yang berjenis kelamin laki-laki. Bahkan menurut Budi Sampurno tidak saja postur tubuh perempuan yang mendatangkan daya tarik, melainkan yaitu dari rambut sampai ujung kaki daya tarik perempuan bisa menarik perhatian, bahkan tidak hanya lawan jenis itu sendiri melainkan juga bagi irri perempuan.⁵⁷

Perempuan telah menjadi ikon media massa. Tubuh perempuan juga dianggap barang seni, sehingga ditampilkan dan dieksploitasi secara bebas. Keindahan dan kecantikan perempuan digambarkan dalam berbagai foto, lukisan, aneka patung, dan aneka karya satra. Aneka gambar perempuan tersebut dipajang dibanyak tempat,

⁵⁷Zaitunah Subhan, *Al-Qur'an dan Perempuan Menuju Kesetaraan Gender dalam Penafsiran*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), h. 1.

seperti: ruang tamu, galeri seni, kantor, salon bahkan terkadang didepan bengkel jalanan.

a. Karakteristik Perempuan Muslimah

Ciri perempuan muslimah, semacam realitas riil yang tumbuh pada biasanya diwarga kalau seseorang perempuan memiliki kepribadian yang memanglah tidak dimiliki oleh orang-orang non Muslim misalnya, semacam halnya kalangan perempuan muslimah senantiasa berbusana, serta dalam berpakaian disesuaikan dengan kebutuhannya, semacam halnya mereka tau waktu serta kapan wajib digunakan sehingga baju mereka senantiasa serasi, lebih nampak anggun dalam penampilannya.

Perempuan muslimah ialah makhluk yang lembut penuh dengan perasa, sifatnya lembut serta memesona, perasa serta lain sebagainya. Oleh sebab itu perempuan ialah orang yang pas selaku tempat buat mengadu untuk tiap kalangan Adam, sebagaimana perempuan muslimah pada era Nabi Muhammad SAW. Menguasai cirinya sebagaimana yang sudah digariskan Agama Islam yang murni sehingga ia melauai bermacam kehidupannya dengan dasar uraian tersebut.

Jilbab secara syar'ī merupakan seseorang perempuan menutupi segala badannya serta perhiasannya, yang dengan jilbab ini ia membatasi orang asing (non mahram) buat memandang sedikitpun dari bagian badannya ataupun perhiasan yang ia gunakan.⁵⁸ Serta jilbab ini dapat berbentuk baju serta dapat pula berbentuk berdiam di dalam rumah. Beliau berkata hadits hasan hasih “*wanita adalah aurat, apabila dia keluar, setan menghiasinya (pada pandangan pria, (HR. at-Tirmidzi no. 1167)*

⁵⁸Ahmad Fauzi, *Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1.3 (2016), h. 45.

Dari Jabir *radhiyallahu ‘anhu*, Usamah bin Zaid *radhiyallahu ‘anhuma* berkata bahwa Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wasallam* bersabda, “*tidaklah ada sepeninggalanku nanti suatu fitnah (ujian/cobaan/godaan) yang lebih berbahaya bagi kaum lelaki melebihi (fitnah) wanita*”. **(HR. al-Bukhari dan Muslim)**

Hadist lain, Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wasallam* memperingatkan, “*waspadalah kalian terhadap (godaan) dunia dan (ujian) wanita, sebab awal mula godaan yang terjadi pada bani israil adalah karena wanita*”. **(HR. Muslim dari Abu Sa’id al-Khudri *radhiyallahu ‘anhu*)**

Riwayat-riwayat diatas serta banyak lagi yang semisalnya, menarangkan kepada kita kalau perempuan merupakan aurat yang wajib ditutupi fisiknya. Mereka dijadikan perlengkapan oleh setan, jin, serta manusia buat mengganggu anak Adam. Disisi lain, mereka merupakan tes yang sangat dahsyat untuk kalangan Adam yang sanggup meluluhlantakkan keteguhan seseorang anak Adam yang kokoh imannya sekalipun, kecuali orang yang dirahmati Allah Subhanahu wata’ala. Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wasallam* secara spesial memperingatkan kalangan Adam supaya waspada serta berjaga-jaga dari tes yang ditebarkan oleh para setan lewat kalangan perempuan. Sebab-sebab diatas serta yang yang lain, Islam secara spesial membagikan rambu-rambu ketat untuk kalangan perempuan supaya setan tidak meperalat mereka buat menyesatkan bani Adam. Antara tanda-tanda tersebut merupakan syarat spesial untuk perempuan dalam permasalahan berpakaian.⁵⁹

Secara ilmiah, fisik perempuan dapat dibedakan dengan fisik laki-laki secara jelas. Perempuan memiliki alat reproduksi (rahim) dan saluran untuk melahirkan,

⁵⁹Ahmad Fauzi, *Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1.3 (2016), h. 45.

memproduksi telur, memiliki vagina dan memiliki alat untuk menyusui. Ciri – ciri tersebut tidak bisa ditukar maupun digati karena merupakan ketentuan dari Tuhan kodrat.

Umumnya perempuan direpresentasikan berwajah cantik, lembut dan indah. Oleh karena itu setiap keindahan pasti berhubungan dengan keperempuanan. Tidak hanya indah dari fisik saja melainkan perempuan juga mempunyai kebatinan yang lembut, ketika perempuan telah menjadi sosok ibu maka akan menampilkan sesuatu yang mampu menjadikan anak atau keturunannya menjadi juniornya.

Mengenal karakteristik perempuan muslimah itu sangat penting. Ada beberapa pembahasan mengenai mengenali karakteristik seorang perempuan, yaitu:

- a) Keibuan adalah tipe karakter wanita yang keibuan adalah wanita yang pikirannya sudah dewasa. Wanita yang sudah mempunyai karakter keibuan ini, biasanya dikarenakan adanya pengaruh dari keluarganya.
- b) Mandiri adalah Tipe kedua ini, adalah karakter wanita yang tergolong kuat. Karena wanita dengan tipe karakter seperti ini biasanya percaya pada diri sendiri, tidak mudah menangis atau tegar walaupun terkadang menangis di hati tetapi wajahnya tetap menampakkan bahwa tidak ada apa-apa dalam hidupnya.
- c) Langsung Karakter wanita yang berkarakter langsung tidak suka sesuatu yang berbelit-belit, dan menginginkan menyelesaikan semua masalah tanpa bertele-tele.
- d) Manja juga termasuk karakteristik wanita juga. Biasanya wanita manja kebalikan dari karakter wanita langsung, wanita manja cenderung cerewet.

6. Media Sosial

1) Pengertian Media Baru (*New Media*)

Media sosial adalah medium diinternet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.⁶⁰

Media sosial/sosial media atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi.⁶¹ Diulas oleh Richard Hunter (2002) dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/cybermedia*) menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Sebutan media baru/ *new media* ini merupakan pengistilahan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dari yang telah ada selama ini, seperti televisi, radio, koran dan lain-lain. Kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi disekitar mereka. Institusi media bisa saja menyembunyikan peristiwa, namun sebaliknya melalui internet khalayak mendapatkan peristiwa tersebut melalui khalayak lain.

Media sosial adalah media online yang memungkinkan bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi. McNaught mengkatagorikan web 2.0 atau perangkat lunak seperti *blog, jejaring sosial, wiki, forum* dan *YouTube* sebagai media sosial. Media sosial memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam pendidkan di

⁶⁰Rulli Nasrullah, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 13.

⁶¹Errika Dwi Setya Watie, *Komunikasi dan Media Sosial, The Messenger*, Vol. III, No. 1, (2011), h. 71.

Indonesia, dilihat dari dua sisi yaitu jumlah pengguna dan sifat media sosial.⁶² Tak dapat dipungkiri, media sosial sudah menjadi bagian dari gaya hidup sebagian besar pengguna internet di Indonesia. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman”.

2) Jenis – Jenis Media Sosial

Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur, yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan karakteristik penggunaannya, sampai berdasarkan pada file atau berkas apa saja yang disebar (sharing) di antara pengguna. Rulli Nasrullah membagi media sosial menjadi enam kategori, yaitu:

a. Media jejaring sosial (*social networking*)

Social networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, didunia virtual.

b. *Blog*

Blog adalah penyebutan singkat dari kata “*weblog*”, yakni suatu istilah yang digunakan untuk menyebut suatu situs web yang selalu diperbarui isinya secara terus-menerus. Pada dasarnya, *blog* merupakan situs web biasa yang dikembangkan lebih lanjut dan memiliki fasilitas database tertentu. *Blog* dapat pula didefinisikan sebagai situs web yang berisi teks dokumen, gambar, objek

⁶²Yanti Herlanti, “Pemanfaatan Media Sosial Pada Pembelajaran Sains Berbasis Isu Sosiosaintifik Untuk Mengembangkan Keterampilan Berargumentasi dan Literasi Sains”, (Skripsi: Pasca Sarjana Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2014), h. 32.

media, dan data yang tersusun secara hierarki dan menurut kronologi tertentu.⁶³

Orang yang menggunakan *blog* disebut *blogger*.

c. *Microblogging*

Microblogging merupakan sebuah media siaran dalam bentuk sebuah *blog*. Sebuah *microblog* berbeda dengan *blog* tradisional karena memiliki file berukuran lebih kecil dibanding *blog* tradisional. *Microblog* memungkinkan para pengguna untuk saling bertukar elemen-elemen kecil sebuah konten.⁶⁴

d. *Media Sharing*

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah *YouTube*, *Flickr*, *Photo bucket*, atau *Snapfish*.

Media sharing ini biasanya digunakan oleh masyarakat untuk mengupload foto ataupun video dengan tujuan dapat dilihat oleh pengguna lainnya. Selain itu, *media sharing* dapat digunakan untuk membagikan informasi ataupun berita yang sedang menjadi *trending topic*.

e. *Social Bookmarking*

Social bookmarking merupakan sebuah situs jejaring penandaan informasi yang berada di internet. Jika pada umumnya sebuah situs atau *website* ataupun *blog* akan diisi atau di-*update* oleh pemilik atau admin situs tersebut, beda halnya dengan situs *social bookmarking*. Pada *social bookmarking*, situsnya akan diisi oleh artikel ataupun informasi dari situs lain yang di-*submit* atau dimasukkan ke

⁶³Kurniawan Prasetyo, *Membuat Blog Menggunakan Wordpress*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007) h. 1.

⁶⁴Jarot S. dan Sudarma S, *Buku Super Pintar Internet*, (Jakarta: Transmedia, 2012), h. 180.

dalamnya.⁶⁵ Informasi yang diberikan di media sosial ini bukanlah informasi –bisa teks, foto, atau video singkat sebagai pengantar yang kemudian pengguna akan diarahkan pada tautan sumber informasi itu berada.

3) Media Sosial Youtube



Gambar 1. Logo Media Sosial Youtube

Sumber: Google⁶⁶

YouTube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) populer yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga orang bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Menurut perusahaan penelitian Internet Hitwise, pada Mei 2005 *YouTube* memiliki pangsa pasar sebesar 43 persen. Makin cepatnya akses internet dan murahnya piranti perekam video dianggap sebagai salah satu faktor yang membuat *YouTube* sangat populer.⁶⁷

YouTube merupakan salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Media sendiri memiliki kegunaan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan.⁶⁸ Dalam istilah komunikasi

⁶⁵Dedik Kurniawan, *Kupas Tuntas Bisnis & Penghasilan Online*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), h. 132.

⁶⁶Tirto.id, *Gambar Sosial Media Youtube Tampilkan Logo Baru Merah Cerah*, <http://images.app.goo.gl/s7aCZTGU2GEVtrGC9>, (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses).

⁶⁷Muh. Siswa, *Penggunaan YouTube Sebagai Electronic Public Relation*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 3 No 2 (2015), h. 18. diakses pada 03 Desember 2021.

⁶⁸Azhar Asyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 3.

media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. *YouTube* adalah *video online* dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat, berbagi video yang asli dan dari segala penjuru dunia melalui suatu *web.YouTube* memudahkan orang untuk mengambil dan berbagi video klip melalui *www.YouTube.com*.⁶⁹Orang dapat melihat semua kejadian dan hal-hal yang menarik serta hobi dengan cepat. Yang menarik, *YouTube* dapat membantu anda untuk menjadi seorang *broadcaster* masa mendatang karena melalui *YouTube* ini kita dapat mendokumentasikan segala kejadian yang ada, dan ini merupakan suatu latihan.

Informasi yang disampaikan di *YouTube* berbentuk video dan informasi itu sendiri merupakan sekumpulan data atau fakta yang diorganisasi atau diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima, maksudnya yaitu dapat memberikan pengetahuan atau keterangan. Dalam media yang menyampaikan informasi, *YouTube* tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan. Melalui *YouTube*, selain kita bisa mengupload video milik kita, tentunya kita juga bisa menyaksikan berbagai macam video menarik secara gratis. Video yang ada di *YouTube* umumnya berisi video dokumenter, video klip, film, dan masih banyak lagi.

Fitur menarik yang ditawarkan oleh *Youtube* yang tidak banyak orang tahu, sampai saat ini, *youtube* telah dihadapi banyak pertumbuhan terhadap fitur-fiturnya. Fitur-fitur yang terdapat di *youtube* dibesarkan untuk membuat wisatawan merasa lebih aman serta lebih gampang untuk mengakses apa yang mereka perlukan. Dapat

⁶⁹Dian Budiargo, *Berkomunikasi Ala Net Generation*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015) h. 47.

dibilang saat ini youtube sudah membawa transformasi besar pada style hidup manusia. Dengan bermacam fitur yang terus menjadi lengkap serta terus menjadi lengkap dan ramah pengguna, youtube semakin memanjakan wisatawan. Sebagian besar yang saat ini dipunyai youtube antara lain yaitu:⁷⁰

1. Video anotasi

Merupakan video yang dapat diklik bagian atas ataupun samping video yang lagi diputar. Umumnya video anotasi ialah video yang masih berkaitan dengan video yang lagi diputar. Fitur ini banyak digunakan oleh pengguna video agar banyak orang yang menyaksikan video yang diunggahnya. Tetapi, ada kalanya fitur ini dianggap merepotkan untuk para pengunjung youtube. Untuk menjembatangi perbandingan kepentingan ini, youtube memperbolehkan pengunjung untuk menonaktifkan video anotasi lewat pengaturan dibagian kanan atas tampilan video. Klik *playback*, setelah itu *uncheck* pada bagaian *annotations*.

2. Autoplay

Fitur autoplay tercantum fitur yang baru dikeluarkan oleh youtube. Saat seseorang sudah berakhir menyaksikan suatu video, algoritma youtube hendak memutuskan pemersi ke video yang selanjutnya yang mempunyai tema berkaitan dengan video yang telah ditonton. Sebagian orang terbantu dengan adanya fitur ini sebab tidak membuang-buang waktu untuk memilih video yang akan ditonton. Fitur autoplay dapat diaktifkan ataupun dinonaktifkan lewat

⁷⁰Dian Budiargo, *Berkomunikasi Ala Net Generation*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015) h. 49.

bagian kanan layar. Diatas opsi video yang hendak ditonton ada tulisan autoplay dengan ciri centang disampingnya. Kita hanya butuh mencentang ataupun melenyapkan ciri centang untuk mengaktifkan ataupun menonaktifkan fitur ini.

3. Kecepatan video

Triknnya, perhatikan ikon pengaturan dibagian kanan dasar video, kemudian tap serta seleksi dibagian speed. Sesuaikan kecepatan video dengan kemauan kita. Opsi speed diatas kata “waajar” menunjukkan akumulasi kecepatan. Kebalikannya, opsi speed didasar kata “wajar” berarti memperlambat kecepatan video yang diputar. Fitur ini sangat berguna untuk pemirsa yang kesusahan menjajaki jalannya video.

4. Download video

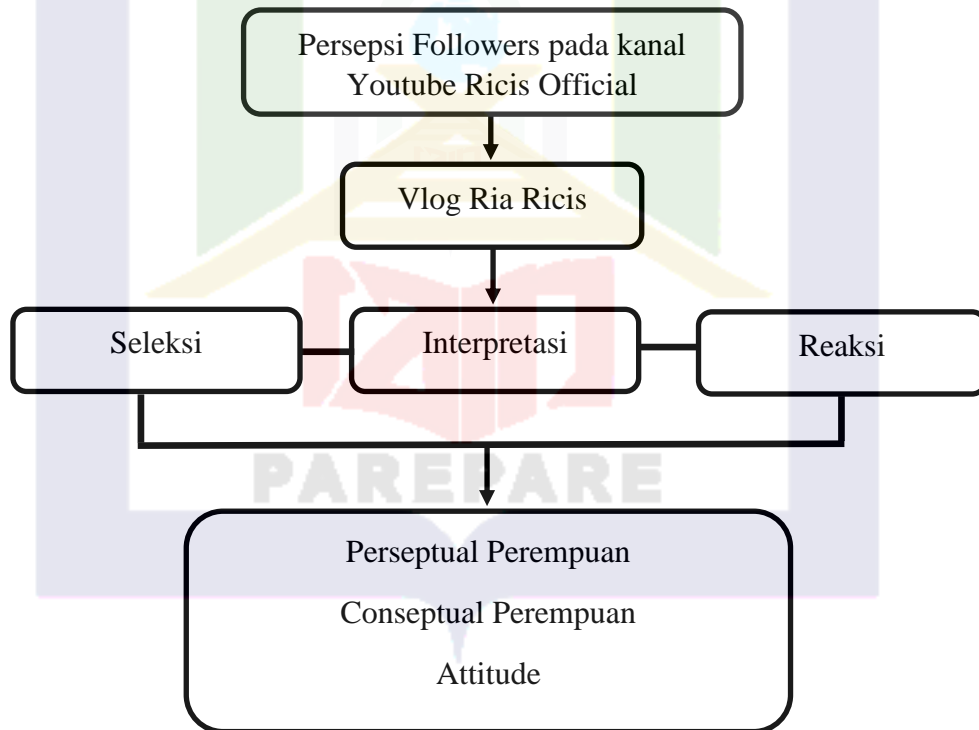
Fitur baru untuk mendownload video yang terdapat diyoutube ini sangat berguna untuk pada pengguna youtube. Untuk metode unduh video diyoutube kita cukup meningkatkan hurup “ss” pada url video yang sedang ditonton diantara kata “www” serta “youtube” fitur ini digunakan untuk menyimpan video untuk diputar ulang ataupun ditonton kembali di waktu lain. tidak hanya video kita dapat mengganti video youtube menjadi mp3 ataupun lagu dengan trik dapat kalian baca ditulisan metode unduh lagu dari youtube. Tidak hanya itu kita juga adapat menggunakan fitur tonton offline dari youtube, walaupun hanya dapat diputar dari youtube saja. Keberadaan youtube memanglah memberikan banyak akibat positif untuk kehidupan. Hanya, terkadang masih terdapat saja orang yang menggunakan youtube untuk kepentingan negatif.

Mudah-mudahan kita bukan bagaian dari mereka. Manfaatkan youtube dengan bijak.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir ialah contoh konseptual perihal bagaimana teori bekerjasama dengan banyak faktor yang telah didefinisikan menjadi perkara yang penting. Dalam penelitian ini kerangka pikir digunakan bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menguraikan permasalahan secara sistematis. Penelitian pada Analisis Isi Persepsi Followers pada Media Sosial Youtube dalam akun Ricis Official.

Kerangka pikir dalam penelitian ini, sehingga dapat digambarkan kerangka pemikiran peneliti sebagai berikut:



Gambar 2. Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hal ini dikarenakan peneliti berusaha mendeskripsikan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada dilapangan. Penelitian ini dapat menghasilkan data berupa uraian dalam bentuk kata, lisan serta tulisan dari suatu individu, kelompok ataupun organisasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka yang peneliti lakukan dalam penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berusaha menggambarkan dan memaparkan mengenai persepsi masyarakat khususnya *followers* tentang citra diri perempuan muslimah yang ditampilkan youtuber Ria Ricis dalam bentuk video.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian diperlukan agar penelitian yang dilakukan memiliki batas-batas tertentu, mengingat kenyataan yang kita hadapi sangat kompleks.⁷¹ Maka fokus yang diambil peneliti ialah menggunakan proses terjadinya persepsi menurut Alex Sobur yaitu meliputi:⁷²

⁷¹Bungaran Antonius Simanjuntak, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bina Media Perintis Medan, 2009), h. 34.

⁷²Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), h. 99.

1. Seleksi, yaitu bagaimana *followers* menggunakan alat-alat indera dalam menonton vlog Ria Ricis. Berkaitan dengan perasaan saat menonton ataupun melihat tayangan vlog Ria Ricis.
2. Interpretasi atau perorganisasian, yaitu bagaimana *followers* mengorganisasikan rangsangan yang diterima kemudian dipengaruhi oleh faktor seperti masa lalu, motivasi, keperibadian dan lain-lain. Fokus ini berkaitan dengan bagaimana cara *followers* mengaitkan citra diri perempuan muslimah yang ditampilkan Ria Ricis dengan latar belakang hubungan yang dimiliki si *followers* pada saat menonton.
3. Reaksi, yaitu bagaimana tindakan yang dilakukan sebagai bentuk dari persepsi *followers* setelah melihat citra diri perempuan muslimah didalam vlog. Fokus ini berkaitan dengan bagaimana *followers* mempersepsikan citra diri yang dilakukan Ria Ricis dalam video kemudia *followers* bereaksi terhadap persepsi mereka setelah menonton video. Contohnya reaksi berupa memberikan keceriaan atau rasa bahagai setelah menonton.

C. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti adalah ujung tombak sebagai pengumpul data atau lebih dikenal dengan instrument.⁷³ Peneliti mengambil 6 persepsi yang aktif menggunakan media sosial youtube dan menjadi *followers* dari objek peneliti.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder.

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian menggunakan alat pengukuran atau atau pengukuran data langsung pada objek

⁷³ Rachmat Kriantono, *Riset Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 61.

sebagai sumber informasi yang akan dicari.⁷⁴Data primer pada penelitian ini adalah data langsung yang diperoleh dari Para *followers* melalui kolom komentar.

2. Data sekunder adalah data atau sejumlah keterangan yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber perantara. Data ini diperoleh dengan mencari referensi berupa buku-buku dan tulisan lain termasuk di internet yang berkaitan dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian mengenai Persepsi Followers terhadap Citra Diri Perempuan Musliah dalam Vlog Ria Ricis antara lain yaitu:

1. Observasi dan Pengamatan yang dilakukan peneliti adalah pengamatan melalui media sosial Youtube melalui akun peneliti.
2. Dokumentasi yaitu mendokumentasikan setiap *Respon* dari *Followers* yang akan dikumpulkan melalui bukti *Screenshot* untuk kemudian dipaparkan sebagai bukti yang akan dianalisis.
3. Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari karya ilmiah, media massa dan masih banyak lagi. Penulis juga menambahkan informasi data yang diperlukan dalam penelitian ini untuk mendukung aspek validitas data yang dihasilkan dengan mencari data dari buku atau jurnal yang membahas mengenai citra diri, persepsi dan sebagainya.

⁷⁴Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), h. 91.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif (*interactive model of analysis*) yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman⁷⁵ melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

⁷⁵Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2014), h. 16.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Pembahasan

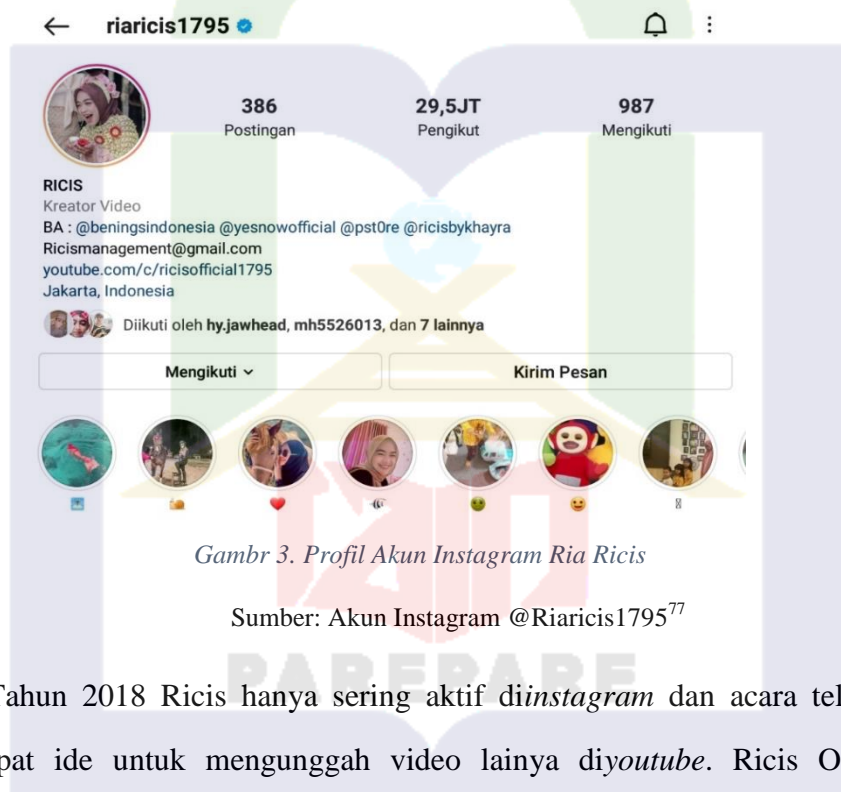
Ria Yunita S, I. Kom. atau lebih dikenal sebagai Ria Ricis, adalah aktris, selebritas internet, youtuber, creator digital dan penulis buku berkebangsaan Indonesia.⁷⁶ Terlahir sebagai seorang muslimah dan adik kedua dari Utz. Oki Setiana Dewi, Ricis telah memenuhi kriterianya sebagai perempuan muslimah yang mampu memahami dan taat dalam menjalankan perintah agama dan menghindari larangannya, seperti menutup aurat, tidak meninggalkan kewajibannya sebagai seorang muslimah, patuh dan hormat kepada orang tua, rajin menabung dan bersedekah kepada orang-orang yang membutuhkan, bertutur kata yang baik, sopan dan menjaga batasan-batasannya kepada orang yang bukan mahramnya serta berbagi motivasi untuk orang-orang disekitarnya, sehingga ia mampu menebar kebaikan, kebahagiaan dan kasih sayang kepada orang lain dan dicintai oleh para penggemarnya yang tidak hanya dari kalangan perempuan remaja tetapi dari kalangan ibu rumah tangga juga banyak mengidolakan Ricis.

Ricis merintis awal karirnya ketika ia membuat beberapa video parodi serta memuat *meme-meme* di akun *Instagram* pribadi miliknya sejak tahun 2016. Siapa sangka nyatanya dari situ banyak masyarakat yang suka serta membuat Ria Ricis populer menjadi *Selebgram* yang disukai dan diikuti dari berbagai kalangan hingga ia

⁷⁶Wikipedia, *Ria Ricis* *Wikipedia Bahasa Indonesia*, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Ria_Ricis (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

memberi nama pada penggermarnya “The Ricis”, ia juga meraih penghargaan dari “*Soisal Media Awards* sebagai *Hijabers Selebgram*” dan “*Indonesia Sosial Media Awards* sebagai *Female Celeb Instagram 2K16*” pada tahun 2016, dan kembali meraih penghargaan pada tahun 2017 dari *Nickelodeon Indonesia Kid’s Choice* sebagai “Selebgram Terfavorit”. Hingga kini *followers Instagramnya* telah mencapai 29,5 juta pengikut yang tiap saat bisa saja bertambah banyak.



Gambr 3. Profil Akun Instagram Ria Ricis

Sumber: Akun Instagram @Riaricis1795⁷⁷

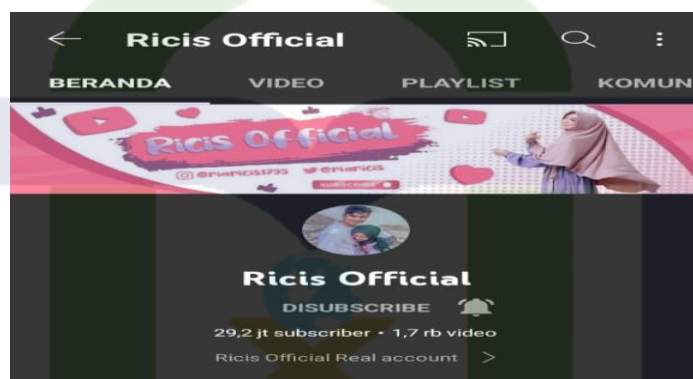
Tahun 2018 Ricis hanya sering aktif di *instagram* dan acara televisi namun mendapat ide untuk mengunggah video lainnya di *youtube*. Ricis Official kanal youtube miliknya sendiri dibuat pada 15 januari 2016, dan video yang di unggah menjadi populer dan memiliki pengikut yang terus bertambah, ia mulai mempelajari

⁷⁷Ria Ricis, *Profil Akun Instagram*, http://instagram.com/riaricis1795?utm_medium=copy_link (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses).

berbagai pedoman dan fitur *youtube* yang lebih lengkap dan memulai membuat video sesuai dengan ide pikirannya serta permintaan para penggemarnya. Eksis didunia hiburan, Ricis juga mulai merambah sebagai seorang youtuber serta aktif membuat konten, yang saat ini dikenal sebagai Ratu *Youtube* Indonesia. Ricis ialah *youtuber* yang mempunyai 29,2 juta *subscriber* paling banyak Pertama di Asia Tenggara.

Adapun gambaran profil akun Youtube Ria Ricis sebagai berikut:



Gambar 5. Profil Akun Youtube Ricis Official

Sumber: Akun Youtube @Ricis Official⁷⁸

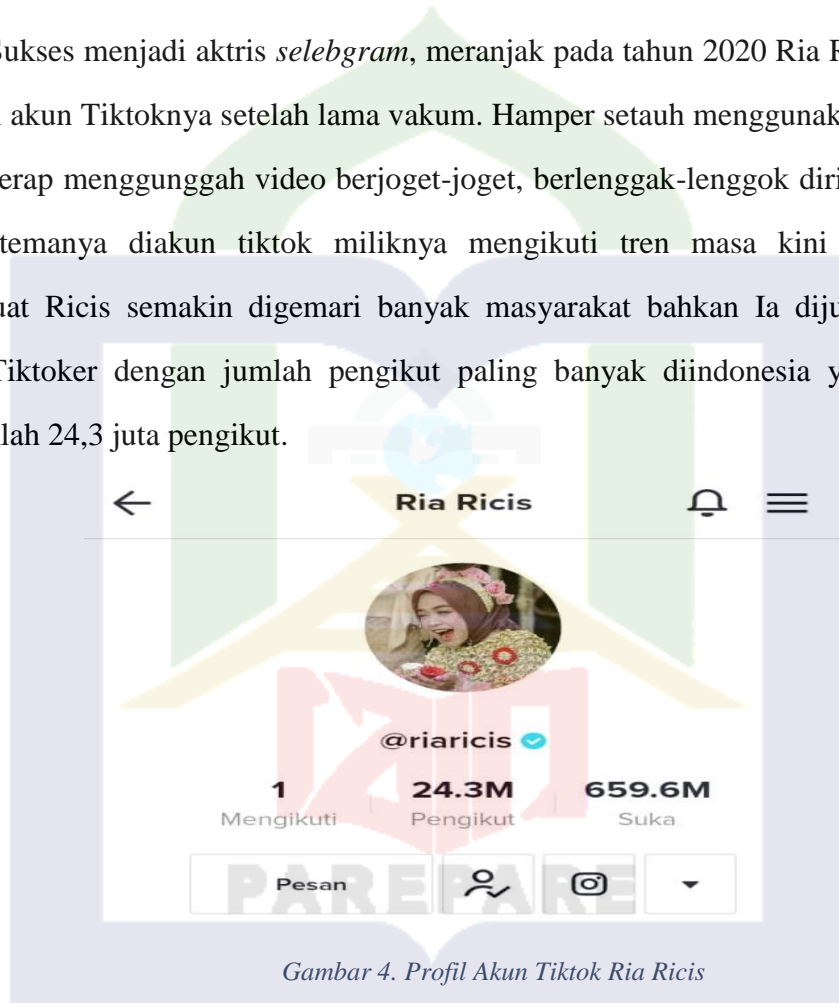
Ricis sering membuat konten-konten yang kocak, lucu serta seru. Tidak hanya itu paras menawan serta imutnya membuat para penggemar serta followersnya senantiasa menyukai dan gemes dengan tingkahnya yang ada-ada saja yang mampu menarik perhatian penontonya serta menanti konten-konten dirinya. Diketahui dari video konten pertamanya di kanal *youtube*-nya (Ricis Official) yang menampilkan *Squishy* miliknya dengan metode melakukan perihal bermacam-macam seperti memakan, melumat, memotong-motong *squishy* miliknya sendiri yang banyak ditonton pada saat itu sehingga ia dikenal dan disebut oleh kalangan orang sebagai

⁷⁸Ria Ricis, profil Akun Youtube Ria Ricis, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795> (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

“*QUEEN OF SQUISHY*” atau “Ratu Squishy” karna sering melakukan aksi menarik dengan *squishy*nya.⁷⁹.Serta masih banyak lagi konten lainnya yang diunggah untuk menghibur penontonnya dan menjadi kenangan dimasa yang akan datang untuk dirinya sendiri.

Sukses menjadi aktris *selebgram*, meranjak pada tahun 2020 Ria Ricis kembali aktif di akun Tiktoknya setelah lama vakum. Hamper setaun menggunakan Tiktok, ia yang kerap mengunggah video berjoget-joget, berlenggak-lenggok dirinya bersama teman-temanya diakun tiktok miliknya mengikuti tren masa kini yang justru membuat Ricis semakin digemari banyak masyarakat bahkan Ia dijuluki sebagai Ratu Tiktoker dengan jumlah pengikut paling banyak diindonesia yang saat ini berjumlah 24,3 juta pengikut.



Gambar 4. Profil Akun Tiktok Ria Ricis

Sumber: Akun Tiktok @riaricis⁸⁰

⁷⁹Wikipedia, *Ria Ricis* Wikipedia Bahasa Indonesia, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Ria_Ricis (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses).

⁸⁰Ria Ricis, Profil Akun Tiktok, <https://vt.tikto.com/ZSeXvD9vN/> (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses).

Menyandang gelar sebagai Ratu Tiktoker membuat Ricis mengabaikan beberapa karakteristik dirinya sebagai seorang perempuan muslimah karena menghilangkan keanggunan yang melekat pada diri perempuan dan menepis rasa malunya dengan berjoget dan menari-nari yang ditonton oleh banyak masyarakat dari penjuru dunia.

Ricis juga memiliki beberapa bisnis sampingan dan merupakan seorang penulis buku yang sempat top ditoko-toko buku. Beberapa program acara TV, Ricis pernah menjadi *Host Inbox I Want to Know*, *kepin* dan *Uwu Moment*. Ricis pun pernah terlibat dalam Film Layar Lebar seperti Film *Yowis Ben*, *Target Hingga 212: The Power Of Love* pada tahun 2018, Film *Selebgram* pada tahun 2017, Film *Mars Met Venus Part Cewek* tahun 2017, Film *Wedding Agreement* tahun 2019 dan Film bergenre religi berjudul *Hayya* ditahun 2019. Sederet prestasi juga sudah diraih Ricis sebagai *Vlogger Tersilet* di *Silet Awards 2019*, *Youtuber Meraih 10 Juta Subscriber* di *The Diamond Creator Awards 2019* serta baru-baru ini meraih penghargaan dari *Silet Awards* dengan kategori pasangan tersilet 2021 bersama pasangan halalnya bernama Teunku Ryan.

Meskipun memiliki tingkah yang aneh dan kocak serta kerap tampil berdua disetiap vlognya Ricis tidak semberono terhadap lawan jenis/ bukan Mohramnya, meskipun dikelilingi banyak pria dan dijodoh-jodohkan dengan teman sesama artis ia tetap menjaga jagak dan batasanya sebagai seorang Muslimah yang belum memiliki ikatan yang sah. *Followersnya* pun semakin mengidolakan mereka berdua dan mendamba-dambakan sosok idola yang sangat serasi ini. Sang Suami yang kalem dan sholeh disandingan dengan Istri yang cerewet dan memiliki tingkah-tinggah aneh

serta lucu menjadikan mereka saling melengkapi satu sama lain, serta membuat *subscribarnya* dari hari ke hari semakin bertambah.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang telah ditemukan bertujuan untuk memberikan penjelasan dan alasan dibalik persepsi yang diberikan *followers* guna mencerminkan citra diri perempuan muslimah melalui akun Youtube Ricis Official. Dalam proses penyajian data peneliti menemukan elemen-elemen penting terkait citra diri dari Ria Ricis, meliputi persepsi dan eksistensi diri yang digambarkan sebagai sosok yang menjadi motivasi bagi para pengikutnya seta memiliki pengaruh dalam kehidupan nyatanya.

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan pemilik profil di jejaring sosial secara aktif menggunakan profilnya sebagai ajang mengekspresikan diri.⁸¹ Secara universal youtube merupakan salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan. Informasi yang disampaikan di youtube dapat memberikan pengetahuan dan keterangan yang berbentuk sekumpulan video yang diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima. Selain kita bisa mengupload video milik kita, tentunya kita juga bisa menyaksikan berbagai macam video menarik yang nantinya akan menunjukkan karakter dan juga bagaimana individu memberikan kesan dan gambaran diri yang dilakukan sebagai citra diri.

Persepsi para *followers* di akun Ricis Official tentang citra diri perempuan muslimah melalui *Youtube*, ialah salah satu dampak dari komunikasi antara komunikator serta komunikan, ialah dampak yang terjalin pada *followers* dari hasil

⁸¹Madcoms, *Menggenggam Dunia dengan Internet*, (Yogyakarta: C.V. Andi OFFSET, 2010), h. 16

penggunaan *youtube* selaku media penghibur, dampak tersebut selaku pernyataan yang berkaitan dengan isi video yang dipublikasikan melalui media *youtube*.

Penulis melakukan observasi vlog dengan kategori penonton terbanyak terhadap komentar *followers* yang dibagikan melalui akun *youtube* Ricis Official dengan teknik analisis isi melalui pendekatan analisis isi untuk mengetahui persepsi komentar *followers*. Selanjutnya penulis melakukan beberapa tahap pendekatan persepsi yakni mengamati serta mencermati setiap isi komentar *followers* dari beberapa *vlog* yang mengandung isi pro dan kontra. Dengan data sebagai berikut:

No.	Video yang paling banyak viewers-nya
1.	<p>Vlog Rumah Baru Papa 6,1 jt viewers</p> 
	Komentar Pro:
	@Yuliana Yuliana: “Turut Berduka Cita ya kak Icic insya allah di tempatkan yang terbaik oleh Allah SWT aamiin”
	@Putri Lestari: “Ricis, mbak Oki dan mbak shindy ialah wanita terkuat yang pernah aku liat papa kalian mesti bangga☑”
	@Zalfa Nefisah: “Icic pake kacamata karna ga pengen orang liat karo dia lagi nangis gaa sih, hebat banget ☹☑”



No.	VIDEO TRENDING	Komentar <i>followers</i>	
		Komentar Pro	Komentar Kontra

1.



Rumah Baru Papa.

6,1 jt x ditonton · 4 bulan yang lalu



386 rb



43 rb



Bagikan



Download



Simpan



Rics Official
27,2 jt subscriber

SUBSCRIBE

@Libee Ch: “Aku bingung, kenapa pada buat video ya... itu mau nyari duit atau gimana.... Aturan mah ikut be rdoa gitu, MALAH BIKIN VIDEO, ingat Allah ga melihat rupa atau apapun itu, tapi Allah melihat isi hatinya.. kalau isi hatinya cuman duit sama konten, boro-boro masuk surga, bahkan s

@Ridho Mz: “kayanya ga perlu di upload di YT deh, instastory aja udah cukup, setidaknya followers kamu tau kalua kamu sedang bersedih dan berduka. Ga perlu di upload di youtube dengan durasi yang hamper 60 menit juga, itu sih

			<p>menurut gw, ksalau niatnya cuman menghasilkan uang sih up to you kalua menurut gw ini berlebihan, kesanya lebih ke mencari pundi-pundi rupiah dengan memanfaatkan segala hal yang terjadi di kehidupan”.</p>
			<p>@Andika Krisdian: “Bukan gk respect sama yang berduka, tapi rata-rata yang komen ada benarnya. Ada kalanya masa berkabung, aku jadi miris liat orang berduka divideoin. Kalau kaya gini yg gk punya rasa sungkan siapa??”</p>

--	--	--	--



a. Konten Berduka Cita (unggahannya pada bulan juni 2021)

Persepsi pada umumnya merupakan sudut pandang seseorang terhadap suatu objek yang dapat mempengaruhi respon dan tindakan seseorang.

Sumber: Akun Youtube @Ricis Official⁸²

⁸²Ria Ricis, *Profil Vlog Rumah Baru Papa*, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795> (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

Gambar *screenshot* mengenai salah satu komentar followers yang mengandung pro dalam vlog Rumah Baru Papa (Berduka Cita).

1.



Gambar 7. Komentar Pro Followers 1

Sumber: Akun Youtube @Ricis Official⁸³

Pesan diatas merupakan isi komentar yang mengandung makna pro yang dituliskan oleh salah satu followers setia sebagai bentuk rasa simpatinya kepada keluarga besar yang ditinggalkan atas berpulangnya ayah dari idola mereka. Mereka juga mampu merasakan kesedihan yang mendalam seperti yang saat ini idola mereka rasakan dan tetap memberikan *support* dan tidak meninggalkan satupun perjalanan sang idola menemani sang ayah hingga ke tempat peristirahatan terakhirnya. Mereka juga tetap berprasangka baik dan mendoakan almahrum “turut berduka cita kak icis insyaallah

⁸³Ria Ricis, *Komentar Pro Yuliana Dalam Vlog Rumah Baru Papa*, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795> (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

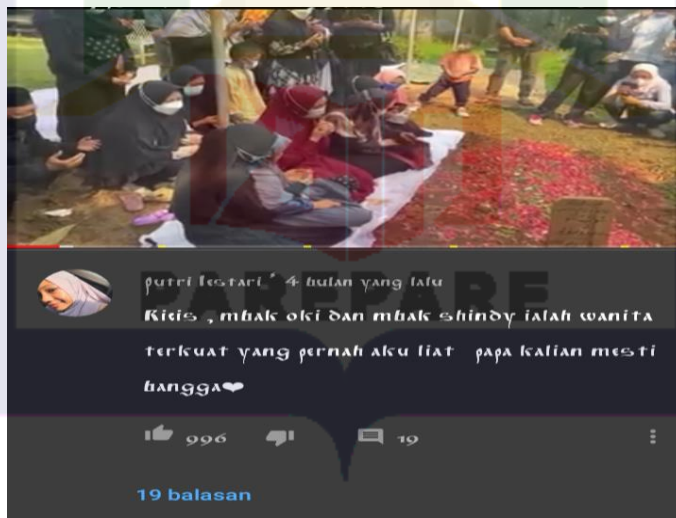
ditempatkan yang terbaik oleh Allah SWT. Aamiin” kepergian sang ayah secara tiba-tiba saat ricis tengah berlibur bersama teman-temannya sehingga membuatnya sangat sedih dan terpukul karena tidak dapat melihat ayahnya untuk terakhir kalinya sebelum dimakamkan. Meskipun video yang diunggah pada 4 bulan yang lalu tetapi *followers* setianya tetap memberikan komentar yang positif kepada sang idola walaupun terlambat. Citra diri yang digambarkan Ricis seorang perempuan muslim yang tangguh, kuat dalam situasi apapun dia masih tetap tegar menerima ketetapan dari Allah SWT. Seperti dalam Q.S Ali Imran (3): 139

(وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿۱۳۹﴾)

Artinya: “Dan janganlah kamu (merasa) lemah dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang beriman”.⁸⁴

Gambar *screenshot* mengenai salah satu komentar *followers* yang mengandung pro dalam vlog Rumah Baru Papa (Berduka Cita).

2.



Gambar 8. Komentar Pro Followers 2

⁸⁴Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an Terjemahan dan Tafsir Perkata*, terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, (Bandung: Sygma Publishing, 2010), h. 85.

Sumber: Akun Youtube @Ricis Official⁸⁵

Pesan kedua diatas merupakan isi komentar yang mengandung makna pro yang dituliskan oleh salah satu followers setia sebagai bentuk rasa simpatinya “Ricis, mbak oki dan mbak shindy ialah wanita terkuat yang pernah aku lihat, Papa kalian mesti bangga” tulisnya, secara tidak langsung ia memberikan semangat kepada ketiga perempuan bersaudara ini bahwa mereka adalah wanita yang terkuat, yang tidak semua anak-anak lain bisa setegar dan seikhlas mereka tanpa merasa mengeluh ataupun tidak rela sedikitpun atas kepergian ayah mereka, tetapi justru sebaliknya mereka mampu melewati masa-masa tersulit kehilangan seorang ayah tercinta, ayah yang mereka sayangi dan cinta pertama bagi anak perempuannya ini, dengan sanggup memberikan senyuman yang ridho dan banyak berdo’a agar sang ayah ditempatkan di Syurganya Allah SWT. Sebagaimana yang kita lihat bahwa mereka bertiga ini adalah perempuan yang sholehah yang mencerminkan citra diri perempuan sebagai seorang muslimah yang taat dalam menjalankan perintah agama dan menghindari larangan Allah SWT. serta menjadi sutau kebanggan untuk seorang ayah yang mampu mendidik anak-anaknya menjadi seorang anak sholehah sebagai bentuk syariat Agama Islam yang dianut dan seorang muslimah yang menutup aurat harus didasari atas kesadaran diri bahwa itu merupakan kewajiban bukan atas keterpaksaan karena mematuhi perintah orang lain, atau hanya ikut-ikutan dengan tren masa kini tanpa mengetahui ilmunya. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Ahzab (33): 59

⁸⁵Ria Ricis, *Komentar Pro Putri Lestari Dalam Vlog Rumah Baru Papa*, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795> (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

﴿ يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزُوجِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَالْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا ﴾ ﴿٥١﴾

Artinya: “Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.⁸⁶

Gambar *screenshot* mengenai salah satu komentar followers yang mengandung pro dalam vlog Rumah Baru Papa (Berduka Cita).

3.



Gambar 9. Komentar pro Followers 3

Sumber: Akun Youtube @Ricis Official⁸⁷

Pesan ketiga diatas merupakan isi komentar yang mengandung makna pro yang dituliskan oleh salah satu followers setia yang berpersepsi bahwa “Ricis memakai

⁸⁶Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an Terjemahan dan Tafsir Perkata*, terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, (Bandung: Sygma Publishing, 2010), h. 603.

⁸⁷Ria Ricis, *Komentar Pro Zalfa Nefisah Dalam Vlog Rumah Baru Papa*, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795> (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

kacamata hitam karena tidak ingin orang disekitarnya melihat dia meneteska air mata, hebat banget”, menjadi kebanggan tersendiri untuk seseorang yang menjadi panutan untuk semua penggemarnya, sosok seorang wanita kuat dan tangguh yang kesehariaanya selalu ceria, mampu membuat orang lain tertawa dengan tingkah lucu dan kocaknya ternyata Ricis tidak ingin terlihat sedih di hadapan keluarga dan orang sekitarnya. Ia berusaha tegar dan menyembunyikan banyak kesedihanya dengan meneteskan air mata dibalik kacamata hitam tanpa bersuara sedikitpun agar tetap terlihat baik-baik saja. Citra diri yang digambarkan pada Ricis adalah sesedih apapun kita, kita tidak boleh menampakkan kesedihan yang dirasakan didepan orang lain. kita tetap harus tabah menerima semua yang sudah menjadi takdir yang Allah berikan. Seperti dalam Q.S. An-Nahl (16): 127

﴿وَاصْبِرْ وَمَا صَبْرُكَ إِلَّا بِاللَّهِ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَلَا تَكُ فِي ضَيْقٍ مِّمَّا يَمْكُرُونَ ﴿١٢٧﴾﴾

Artinya: “Dan bersabarlah (Muhammad) dan kesabaranmu itu semata-mata dengan (pertolongan) Allah, janganlah bersedih terhadap (kekufuran) mereka, dan jangan (pula) bersempit dada terhadap tipu daya yang mereka rencanakan”.⁸⁸

⁸⁸Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an Terjemahan dan Tafsir Perkata*, terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, (Bandung: Sygma Publishing, 2010), h. 383.

Gambar *screenshot* mengenai salah satu komentar *followers* yang mengandung komentar kontra dalam vlog Rumah Baru Papa (Berkduka Cita).

1.



Gambar 10. Komentar kontra Followers 1

Sumber: Akun Youtube @Ricis Official⁸⁹

Pesan pertama diatas merupakan isi komentar yang mengandung makna kontra yang dituliskan oleh salah satu *followers* yang diunggah dua bulan yang lalu ini bingung karena setiap aktivitas yang dilakukan Ricis selalu *publish* untuk dinikmati semua penggemar dan masyarakat luar. Bahkan untuk konten yang “*sensitive*” untuk beberapa masyarakat, hingga Ricis dicekam bahwa Ia hanya memikirkan uang dan konten, hanya demi popularitas dan konten para warga net berpersepsi ia sedang tidak terlihat sedih sehingga berdo'anya pun hanya berbentuk riya dan tidak tulus dikarenakan segala sesuatu yang dilakukan hanya untuk

⁸⁹Ria Ricis, *Komentar Kontra Libee Ch Dalam Vlog Rumah Baru Papa*, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795> (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

menghasilkan pundih-pundih rupiah hingga membuat konten khusus kepergian ayahnya yang diunggah di akun *youtube* miliknya. Sehingga tidak sedikit juga masyarakat merasa membenarkan sikap Ricis yang tengah berduka saat itu. Citra diri yang digambarkan Ricis ialah semua hal Ia pamerkan atau perlihatkan kepada semua masyarakat baik itu kebahagiaan maupun kesedihan, walaupun hanya sekedar untuk mendokumentasikan video kenangan yang bisa dilihat kapan saja. Sehingga sebagian orang memberikan persepsi yang negatif terhadap tindakan yang dinilai berlebihan. Seperti dalam Q.S Al-Baqarah (2): 264

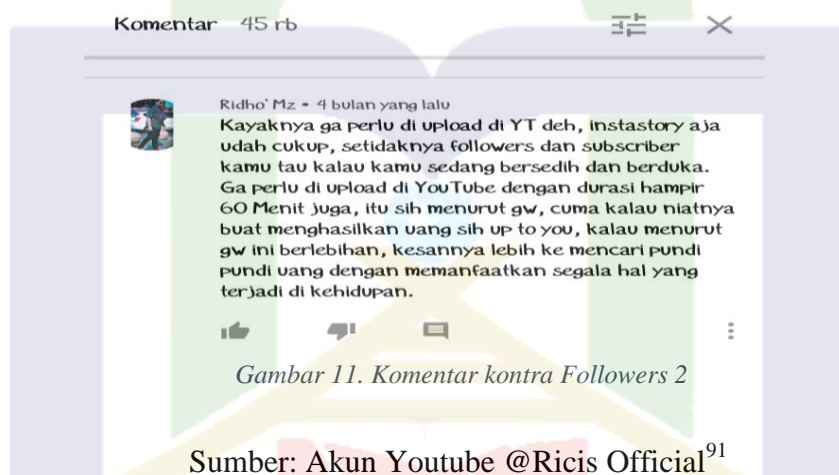
﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَىٰ كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِثَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ صَفْوَانٍ عَلَيْهِ تُرَابٌ فَأَصَابَهُ وَابِلٌ فَتَرَكَهُ صَلْدًا لَا يَقْدِرُونَ عَلَىٰ شَيْءٍ مِّمَّا كَسَبُوا وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jangan membatalkan (pahala) sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan penerima), seperti orang yang menginfakkan hartanya karena riya (pamer) kepada manusia, sedangkan dia tidak beriman kepada Allah dan hari Akhir. Perumpamaannya (orang itu) seperti batu licin yang di atasnya ada debu, lalu batu itu diguyur hujan lebat sehingga tinggallah (batu) itu licin kembali. Mereka tidak menguasai sesuatu pun dari apa yang mereka usahakan. Allah tidak memberi petunjuk kepada kaum kafir.”⁹⁰

⁹⁰Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an Terjemahan dan Tafsir Perkata*, terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, (Bandung: Sygma Publishing, 2010), h. 383.

Gambar *screenshot* mengenai salah satu komentar *followers* yang mengandung komentar kontra dalam vlog Rumah Baru Papa (Berkduka Cita).

2.



Gambar 11. Komentar kontra Followers 2

Sumber: Akun Youtube @Ricis Official⁹¹

Pesan kedua diatas merupakan isi komentar yang mengandung makna kontra yang dituliskan oleh salah satu *followers* “kayanya ga perlu diupload di YT deh, instastory aja udah cukup, setidaknya followers dan subscriber kamu tau kalua kamu sedang bersedih dan berduka. Ga perlu diupload diYT dengan durasi hamper 60 Menit juga, itusih menurut gw, cuman kalua niatnya buat menghasilkan uang sih up to you, kalua menurut gw ini berlebihan, kesannya lebih ke mencari pundi-pundi uang dengan memanfaatkan segala hal yang terjadi dikehidupan” tulisya, yang

⁹¹Ria Ricis, *Komentra Kontra Ridho Mz Dalam Vlog Rumah Baru Papa*, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795> (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

berpersepsi bahwa Ricis sangat berlebihan, dengan membuat konten untuk ayahnya dengan durasi 60 Menit, tindakannya itu dinilai tidak baik dan berkesan lebih ke mencari pundi-pundi rupiah dengan memanfaatkan segala hal yang terjadi dalam kehidupannya. Tanpa diunggahpun para *followers* dan *subscribarnya* tahu kalau Idola mereka sedang bersedih dan berduka karna kehilangan Ayah tercintanya. Tetapi tidak banyak juga individu memikirkan atau menyadari hal tersebut. Ini menjadi salah satu teguran halus untuk Ricis agar lebih selektif lagi dalam mengunggah konten yang bisa membuat dirinya *dibully* akibat kesalahannya sendiri. Pemikiran dan pendapat setiap orang berbeda-beda, sehingga tak banyak yang benar-benar berempati serta hanya menyampaikan pendapatnya secara brutal serta dapat mengakibatkan orang lain dapat berpandangan buruk atas apa yang telah disaksikan jutaan orang diluar sana. Seperti dalam Q.S. A-Hujurat (49): 12

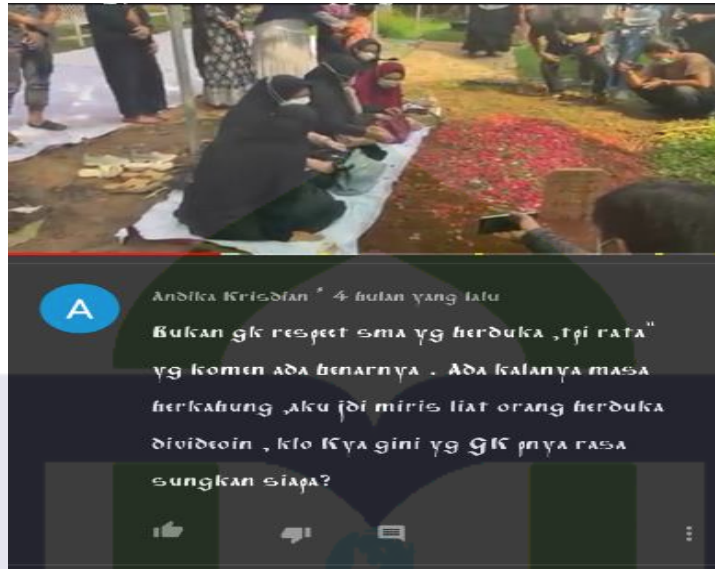
﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa, dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain, dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang”⁹².

⁹²Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an Terjemahan dan Tafsir Perkata*, terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, (Bandung: Sygma Publishing, 2010), h. 745.

Gambar *screenshot* mengenai salah satu komentar *followers* yang mengandung komentar kontra dalam vlog Rumah Baru Papa (Berkduka Cita).

3.



Gambar 12. Komentar kontra Followers 3

Sumber: Akun Youtube @Ricis Official⁹³

Pesan ketiga diatas merupakan isi komentar yang mengandung makna kontra yang dituliskan oleh salah satu *followers* yang berpersepsi, bahwa bukannya ia tidak bersimpati kepada Ricis dan keluarganya, ia juga membenarkan bahwa rata-rata yang memberikan komentar itu ada benarnya, tidak salah jika beberapa orang memberikan komentar pedas. Mereka menganggap bahwa hal seperti itu tidak perlu dipublikasikan untuk konsumsi publik, cukup jadi kenangan untuk keluarga saja. Komentar yang menyinggung/membully Ricis yang dianggap salah dalam mengunggah konten tentang ayahnya dan tidak semua orang bisa sependapat dengannya walaupun hanya dijadikan dokumentasi untuk kenangan. Citra diri yang digambarkan Ricis adalah dia

⁹³Ria Ricis, *Komentar Kontra Andika Krisdian Dalam Vlog Rumah Baru Papa*, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795> (03 Desember 2021).

(catatan: 03 Desember 2021 adalah tanggal ketika situs tersebut diakses)

tidak pernah membenci atau dendam kepada para *followers* atau netizen yang memberikan komentar pedas. Ia bahkan mendoakan orang-orang yang telah berbuat jahat kepadanya dan cukup dijadikan pembelajaran dan motivasi untuk tetap berkarya serta, cukuplah Allah yang Maha Melihat dan Maha Mendengar atas apa yang Ricis rasakan. seperti dalam Q.S An-Nisa'(4): 148

﴿ لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلِمَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا ۝١٤٨﴾

Artinya: “Allah tidak menyukai perkataan buruk (yang diucapkan) secara terus terang, kecuali oleh orang yang dizalimi. Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”⁹⁴.

Penulis akan memaparkan terkait apa yang menjadi fokus peneliti pada bab yang telah diuraikan sebelumnya, hal ini berupa komentar followers yang terkait dengan masalah judul penelitian yang peneliti angkat. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti berusaha menganalisis setiap jawaban dari hasil komentar informan berdasarkan fokus-fokus yang telah ditentukan. Adapun hasil analisis peneliti terkait keberhasilan Ria Ricis dalam membangun persepsi masyarakat yakni followers terkait citra diri perempuan muslimah:

⁹⁴Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an Terjemahan dan Tafsir Perkata, terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an*, (Bandung: Sygma Publishing, 2010), h. 134.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan uraian analisis persepsi followers terhadap citra diri perempuan muslimah dalam akun Youtube Ricis Official, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi positif berupa motivasi, rasa bangga dan semangat yang diberikan untuk sang idola agar tetap kuat dalam menghadapi cobaan yang tengah dialami, 2. Persepsi negatif itu berupa keritikan pedas dan hujatan yang kesannya lebih ke mencari pundi-pundi rupiah dengan mengunggah vlog kematian Ayahnya, 3. Citra diri yang ditampilkan sebagai seorang Muslimah Ricis sudah memenuhi karakteristik Muslimah yang menutup auratnya, serta menjaga dirinya dari segala fitnah namun tetap eksis mengunggah video berjoget-joget di Akun Tiktok miliknya. Kebutuhan akan informasi melalui media sosial, dan mengetahui trend yang sedang berkembang saat ini sehingga mempunyai hubungan dalam pembentukan citra diri khususnya perempuan-perempuan Muslimah.

B. Saran

Melihat perkembangan media sosial saat ini yang semakin berinovasi, semakin memudahkan komunikasi dan berinteraksi antar penggunanya serta dapat berpengaruh terhadap citra diri virtual seseorang. Maka saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat pengguna media sosial peneliti menyarankan lebih berhati-hati dalam mencari dan melihat kualitas vlog yang ditonton. Sehingga masyarakat mampu menjadikan konten yang mendidik memiliki pesan Islam sebagai prioritas untuk motivasi dalam diri.
2. Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Usluhuddin Adab Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, diharapkan dapat membuat karya yang bisa menumbuhkan kecintaan masyarakat kepada Islam dan memanfaatkan media khususnya media Yuotube sebagai sarana komunikasi untuk memperluas syariat Islam.
3. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian, peneliti menyarankan kepada seluruh mahasiswa untuk lebih kreatif dalam memilih tema-tema yang bervariasi baik itu berfokus pada *public relation*, *broadcasting*, maupun *advertising* dan temuan dari penelitian ini penulis berharap dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B, Susanto. *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*, Jakarta: Elex Media Komputido, 2001.
- Abdurrahman, dan Soejono. *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Rhieneka Cipta, 2019.
- Agama RI, Departemen, *Syaamil Al-Qur'an Terjemahan dan Tafsir Perkata, terj. Yayasan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an*, Bandung: Sygma Publishing, 2010.
- Fauzi, Ahmad. *Pakaian Wanita Muslimah Dalam Perspektif Hukum Islam*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 1.3 (2016).
- Ardianto, Soemirat dan Elvinaro, *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung: Remaja Rosdakrya, 2007.
- Asyad, Azhar. *Media Pembelajaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Athiyah, Rahma nur f dan nofha rina, *pengaruh kredibilitas youtube terhadap sikap penonton channel youtube atta halilintar (studi kualitatif pada penonton youtube atta halilintar di Instagram @_ateam.ofc)*, vol. 15, no. 2 (2019).
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.
- Azzahrah, Syahidah. “*Hubungan Terpaan Pemberitaan Sidang Ahok di Detik.com Terhadap Persepsi Masyarakat Kelurahan Pulau Panggang Tentang Citra Diri Ahok*”, Skripsi, Universita Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2018.
- Bariyah, Choirul. “*Analisis Resepsi Khalayak Tentang Lettering Capture Dalam Official Account Instagram @Sub.Letter (Studi followers Official Account Instagram @Sub.Letter)*”, Skripsi Sarjana; Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Dakwah dan Komunikasi: Surabaya, 2018.
- Budiargo, Dian. *Berkomunikasi Ala Net Generation*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015.
- Deddy, Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Revisi ke 21*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017.
- Dwi, Errika Setya Watie. *Komunikasi dan Media Sosial, The Messenger*, Vol. III, No. 1 (2011).
- Elvinaro, Ardianto dan Soleh Soemirat. *Dasar – Dasar Public Relation*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012.

- Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*, Jakarta: Perneradamedia Group, 2011.
- Fitriadi, Irfan. “Citra Diri Pengamen Pedesaan (Studi Deskriptif Kualitatif Pencitraan Diri Warga Miskin Dukuh Kalisari, Desa Banyudono, Kecamatan Bayudono, Boyolali)”, Skripsi Sarjana; FISIFOL: Universitas Sebelas Maret: Surakarta, 2011.
- Galuh, Budiawan. “*Peranan Self Image Dalam Membentuk Self Esteem Anda*”, New York: McGraw-Hill. http://www.kompasiana.com/rumahshine/peranan-self-image-dalam-membentuk-self-esteem-anda_550077758133119a17fa7863 (diakses pada tanggal 03 Desember 2021).
- Halim, Abdul Abu Syuqqoh, *Kebebasan Wanita*, Jilid IV, Jakarta: Gema Insani Press, 2012.
- Hastjarjo. *Tegnologi Digital dan Dunia Penyiaran*, Jurnal Komunikasi Massa, Vol. 1 No. 1.7 (2011).
- Herlanti, Yanti. “*Pemanfaatan Media Sosial Pada Pembelajaran Sains Berbasis Isu Sosiosaintifik Untuk Membangun Keterampilan Berargumentasi dan Literasi Sain*”, Skripsi Pasca Sarjana; Universitas Pendidikan Indonesia: Bandung, 2014.
- Holmes, David. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi, dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Huberman, dan Miles, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2014.
- Irwanto, *Psikologi Umum*, Jakarta: PT. Prehallindo, 2002.
- Jalaluddin, Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya, 2012.
- Kriantono, Rakhmat, *Riset Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Kurniawan, Dedik. *Kupas Tuntas Bisnis & Penghasilan Online*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna*, Ed. 1, Cetakan ke-1, Jakarta: Kencana, 2011
- Linda, Davidoff. *Psikologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 2018.
- Mahmud, Dimiyati. *Psikologi Suatu Pengantar Edisi Terbaru*, Jakarta: Andi Publisher, 2018.
- Mubarok, Ahmad. *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 2014.

- Muchsin, Faizah. *Psikologi Dakwah*, Cet. 3 Jakarta: Prenada Media Group, 2012.
- Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi IV*, Yogyakarta: Rake Sarasin, 2000.
- Muhatmanto, Joserizal. “*Pesan Dakwah dalam Vlog Ria Ricis*”, artikel, Universitas Islam Negeri Walisongo (UIN): Semarang, 2018.
- Mulyana, Agus. *Persepsi Mahasiswa Tentang Dakwah Melalui Facebook*, Skripsi Sarjana; UIN Sunan Raden Intan: Lampung 2017.
- Musta'in, *Teori Diri Sebuah Tafsir Makna Simbolik Pendekatan Teori Dramaturgierving Goffman*, Dalam Jurnal Komunikas Vol. 4 No. 2.7 (2010).
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nur, Komariyah dan Fadillah. *Hubungan Antara Persepsi Gaya Hidup Fashion Dengan Citra Diri Pada Komunitas Hijabers Surakarta. Naskah Publikasi*, Skripsi Sarjana; Fakultas psikologi UMRI: Surakarta, 2012.
- Onggo, Bob Julius, *Cyber Public Relations*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004.
- Prasetyo, Kurniawan, *Membuat Blog Menggunakan Wordpress*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007.
- Putri, Dianingtyas M. *Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Universitas Bakrie*, Skripsi Sarjana; Universitas Bakrie: Jakarta, 2018.
- Rakhmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung PT. Rosdakarya, 2002.
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya, 2012.
- Rosadi, Ruslan. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005.
- Ruthellia, Eribka, David Mariam dan Sondakh Stefi Harilama, *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, e-Jurnal Acta Diurna, Vol VI, No, 1 (2017).
- S, Jarot & Sudarma S. *Buku Super Pintar Internet*, Jakarta: Transmedia, 2012.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. *Pengantar Umum Psikologi Cet ke 9*, Jakarta: Bulan Bintang, 2018.

- Semiun, Yustinius, *Kesehatan Mental 1: Pandangan Umum Mengenai Penyesuaian Dan Kesehatan Mental Serta Teori-Teori Yang Terkait*, Yogyakarta: Kunisius, 2006.
- Siswa, Muh. *Penggunaan YouTube Sebagai Electronic Public Relation*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 3 No 2 (2015).
- Sobur, Alex. *Psikologi umum Cet 1 Edisi Revisi*, Bandung: Pustaka Setia, 2016.
- Subhan, Zaitunah. *Al-Qur'an dan Perempuan Menuju Kesetaraan Gender dalam Penafsiran*, Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suhaemi, dan Jumroni. *Metode-metode Penelitian Komunikasi*, cet. 1, Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta dengan UIN Press, 2006.
- Umam, Khaerul. *Perilaku Organisasi*, Bandung: Pustaka Setia, 2010.
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum cet. 5*, Yogyakarta: Andi, 2010.
- Walgito, Bimo. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*, Edisi Revisi Yogyakarta: Andi, 2008.
- Wibowo, *Perilaku Dalam Organisasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Yahya, Kan, *Dasar-Dasar Penelitian*, Semarang: Citra Aditya Bakti, 2010.
- Zakiah. *Citra Diri Perempuan Dalam Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Citra Diri Mahasiswa IAIN Surakarta Sebagai Pengguna Media Sosial Instagram)*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN): Surakarta, 2016.
- Ricis, Ria *Profil Akun Youtube Ria Ricis*, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795>, (diakses pada 03 Desember 2021).
- Ricis, Ria *Profil Vlog Rumah Baru Papa*, <https://youtube.com/c/Ricisofficial1795>, (diakses pada 03 Desember 2021).
- Ricis, Ria. *Profil Akun Instagram Pribadi Ria Ricis1795*, http://instagram.com/riaricis1795?utm_medium=copy_link, (diakses pada 03 Desember 2021).
- Tirto.id, *Gambar Sosial Media Youtube Tampilkan Logo Baru Merah Cerah*, <http://images.app.goo.gl/s7aCZTGU2GEVtrGC9>, (diakses pada 03 Desember 2021).
- Wikipedia, *Ria Ricis Wikipedia Bahasa Indonesia*, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Ria_Ricis (diakses pada 03 Desember 2021).

BIOGRAFI PENULIS



Nurul Muhafida N nama panggilan Nurul. Lahir di Barru, Kab. Barru, pada tanggal 23 September 1997. Anak ke tiga dari tiga bersaudarah dari pasangan Muh. Natsir dan Idawati. Penulis memulai pendidikannya di SDN No. 33 Sumpang Binangae lulus pada tahun 2009, lalu melanjutkan pendidikan di SMPN 1 BARRU dan lulus pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMKN 1 BARRU jurusan Multimedia dan lulus pada tahun 2015. Selanjutnya ditahun 2015 juga, penulis melanjutkan pendidikan program S1 di Institut Negeri Islam (IAIN) Parepare dengan mengambil Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), selama menempuh S1, penulis tidak hanya aktif didunia akademik namun juga diorganisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII). Pada semester akhir, penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) didesa Lombo Kecamatan Pitu Riase Kabupaten Sidrap Sulawesi Selatan dan Praktek Pengalaman Kerja (PPL) di TV VE Channel Makassar, hingga tugas akhirnya menyusun skripsi dengan judul **“Pesrsepsi Followers Terhadap Citra Diri Perempuan Muslimah Dalam Vlog Ria Ricis”**.

“Laa Tahzan Innalah Ma’ana”