

## KONSTRUKSI MAKNA FASHION DALAM PENGUNAAN MASKER DI AKUN INSTAGRAM

Iin Soraya<sup>1</sup>, Mareta Puri Rahastine<sup>2</sup>, Ganjar Wibowo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, [iin.ina@bsi.ac.id](mailto:iin.ina@bsi.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, [mareta.mpr@bsi.ac.id](mailto:mareta.mpr@bsi.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Serang Raya, [ganjarwibowo@gmail.com](mailto:ganjarwibowo@gmail.com)

### Abstrak

Di era covid 19 masker menjadi kebutuhan dalam beraktifitas, Kewajiban menggunakan masker untuk digunakan sehari-hari, ini membuat masker semakin lama lebih styles. Salah satu fashion styles yang menciptakan masker fashion adalah Gerry Yo. Masker fashion karya Gerry rutin di-upload di media sosial yaitu instagram. Foto-toto masker yang diunggah dalam akun Gerry Yo sebagai suatu simbol bahwa masker dengan berbagai fashion corak, asesoris dan gaya yang berbeda dengan masker pada umumnya. Dengan menggunakan payet bahkan sampai kepada batu swarovski. Tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mendeskripsikan konstruksi makna fashion dalam penggunaan masker di instagram. Teori yang digunakan dalam menelitian ini adalah teori konstruksi realitas sosial, paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pisau analisis menggunakan model segitiga makna Semiotika Charles Sanders Pierce. Hasil penelitiannya adalah realitas yang ingin dibangun dalam akun instagram @gerryoheadpiece menciptakan budaya baru dengan masker sebagai fashion, dengan menggunakan masker masih tetap trendi. Selanjutnya objektif mengenai penggambaran wanita menggunakan masker namun masih tetap cantik. Eksternalisasi menggambarkan penggunaan masker yang dulu dianggap untuk kesehatan namun kali ini untuk fashion yang glamour. Makna yang dibangun dalam instagram @gerryoheadpiece adalah masker sebagai kini dapat menyatakan kelas sosial yang tinggi bagi seorang wanita.

**Kata Kunci :** Konstruksi realitas Sosial, Segitiga Makna Pierce, Fashion Masker

### Abstract

*In the era of covid 19 masks have become a necessity in activities, the obligation to use masks for daily use, this makes masks more and more stylish. One of the fashion styles that creates fashion masks is Gerry Yo. Gerry's fashion masks are regularly uploaded on social media, namely Instagram. The photos of masks uploaded to Gerry Yo's account are a symbol that masks with various fashion patterns, accessories and styles are different from masks in general. By using sequins even to the Swarovski stone. This study aims to describe the construction of the meaning of fashion in the use of masks on Instagram. The theory used is the theory of social reality construction, with constructivism paradigm. The method used is descriptive qualitative with analytical knife using triangle meaning semiotics Charles Sanders Pierce Semiotics. The result of the research is that the reality that you want to build on the @gerryoheadpiece instagram account creates a new culture with masks as fashion, using masks is still trendy. Furthermore, it is objective about the depiction of women using masks but still beautiful. Externalization describes the use of masks that used to be considered for health but this time for glamorous fashion. The meaning built on Instagram @gerryoheadpiece is that masks can now express high social class for a woman.*

**Keywords:** Construction of Social reality, triangle meaning semiotics Pierce, Fashion Mask

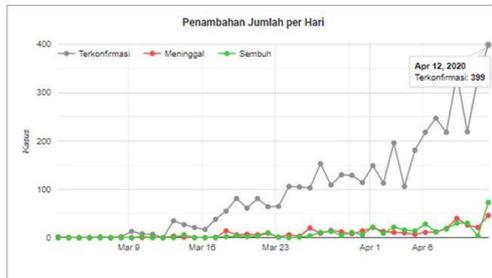
### PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia memprediksi wabah COVID-19 pertama kali akan mencapai Indonesia pada Maret 2020, dengan menggunakan berbagai metode dan langkah. Dengan diberlakukannya penutupan dan

pembatasan wilayah di Indonesia. Selain itu, pemerintah melakukan pencegahan virus dengan menerapkan 3M dan pengecekan suhu saat memasuki suatu lokasi.

Namun, peningkatan kasus positif Covid-19 yang dipantau pemerintah setiap hari

menunjukkan adanya peningkatan signifikan di wilayah perkotaan besar Indonesia sejak sebulan pertama setelah Covid-19 masuk ke Indonesia. Peningkatan data grafis ini dapat dilihat pada laporan status Covid-19 sejak hadir di Indonesia sebagai berikut:



Sumber : (Dewi, 2020)

**Gambar 1. Grafik Penambahan Jumlah Kasus Covid 19**

Jumlah total kasus COVID-19 di Indonesia naik dari 399 menjadi 4.241 pada bulan pertama lonjakan kasus COVID-19 di Indonesia. Namun, dari jumlah tersebut, 359 pasien identik pulih dari COVID-19. 373 pasien juga meninggal, sisanya 3.509 dirawat secara rawat jalan. Kamis (9/4/2020) Jumlah kasus Covid-19 di Indonesia sudah meningkat di Indonesia dan jumlah kasus tertinggi adalah 337 orang dengan Covid-19. Hal ini terlihat dari grafik di atas dari tanggal 6 April hingga 12 April, 2020, dalam seminggu yang akan menjadi kasus harian untuk Covid-19, ada pasang surut. Awal pekan ini, 218 kasus virus corona tercatat setiap hari. Keesokan harinya ada 247 kasus. Dalam grafik tersebut, peningkatan kasus tertinggi terjadi pada 8 April, dari 218 pada keesokan harinya menjadi 337. Pada dua hari ini 119 ditambahkan. (Dewi, 2020).

Di Indonesia, peningkatan kasus COVID-19 mendorong pemerintah untuk memberlakukan tidak hanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB), tetapi juga pembatasan sosial sosial (setempat). Pemerintah memberlakukan pembatasan di tingkat daerah karena pemerintah fokus pada pencegahan dan kewaspadaan dalam menerapkan protokol kesehatan, termasuk penggunaan masker di dalam dan di luar ruangan.

Di era covid 19 masker menjadi suatu kebutuhan yang wajib digunakan sehari-hari bagi masyarakat Indonesia dalam beraktifitas. Kewajiban menggunakan masker untuk digunakan sehari-hari, ini membuat masker semakin lama banyak orang mengkreasikan untuk membuat dengan cara yang berbeda dan lebih styles. Bentuk masker saat ini lebih bervariasi ada yang dengan penggunaan warna-warna yang sedang tren, gambar-gambar yang menarik, penggunaan bahan broket hingga penggunaan asesoris dengan menggunakan payet, hal ini menjadikan fashion penggunaan masker di era covid 19. Tren penggunaan masker di masyarakat juga telah berubah fungsi yang mulanya masker sebagai pencegahan dalam penularan virus covid, menjadi fashion dalam kehidupan sehari-hari.

Saat ini untuk memenuhi kebutuhan fashion, banyak orang memerlukan masker untuk dipadupadankan dengan pakaian yang digunakan. Saat ini kebanyakan orang memiliki harus memiliki masker yang cocok sebagai mode dalam miix and mact, baik dari warna, bahan dan model dalam berpakaian, sebagaimana dari merancang fashion apa yang akan digunakan. (Williams, 2020)

Saat ini, terdapat berbagai jenis masker yang dibutuhkan masyarakat. Mulai dari masker untuk aktivitas sehari-hari, masker untuk olahraga, masker untuk kerja ke kantor, dan masker untuk acara acara khusus (party, hajatan, dan lain-lain). Untuk itu, bisa dikatakan bahwa bisnis masker punya peluang yang sangat baik untuk para fashion designer. Hal ini membuat perancang busana (fashion styles) membuat masker segelamor mungkin agar sesuai dengan aktifitas dan busana yang dikenakan. Salah satu fashion styles yang menciptakan masker fashion adalah Trennya masker fashion di Gerry Yo. Masker hasil karya Gerry Yobanyak digunakan oleh selebritis di Indonesia, seperti Artis Titi Dwi Jayanti (Titi DJ), Reza Artamevia, Dewi Perssik, Sara Fajira di antaranya yang mengoleksi masker karya Gerry. Biasanya para konsumen memesan masker yang memiliki hiasan batu swarovski yang sangat mewah.



**Gambar 2 Akun Instagram @gerryoheadpiece**

Masker fashion karya Gerry belakangan mendapat banyak pesanan, bahkan hingga pasar Jerman, Amerika dan Paris. Rata-rata mengetahuinya lewat foto-foto yang rutin di-upload di media sosial yaitu instagram. Foto-foto masker yang diunggah dalam akun Gerry Yo sebagai suatu simbol bahwa masker dengan berbagai fashion corak, asesoris dan gaya yang berbeda dengan masker pada umumnya. Dengan menggunakan payet bahkan sampai kepada batu swarovski.

Penelitian ini melihat simbol atau tanda dalam foto penggunaan masker akun instagram @gerryoheadpiece sebagai sebuah tanda yang ingin dibangun dan memiliki makna yang dapat digali ilustrasi gambar sebagai bahasa simbolis memiliki tujuan dan arti sehingga menciptakan sebuah makna. Oleh karena itu, kajian semiotika ini digunakan untuk mengkaji gejala dengan mengkaji makna atau makna dari gejala tersebut. Teori semiotik memungkinkan Anda untuk mengkategorikan tag, gambar, dan teks pada akun Instagram gerryoheadpiece Anda sebagai makna dan proses pengungkapan makna dan simbol yang ada. (Subor, 2009b: 34)

Dunia nyata diidentifikasi, direproduksi, dan dijelaskan oleh hal-hal yang diperdagangkan melalui merek. Bagian simbol melambangkan sesuatu yang merupakan bagian dari realitas atau tidak nyata (imajiner, visual, ideologis) yang masuk ke dalam sesuatu yang bertentangan atau bertentangan, dan pilihan tanda (*eclectic sign*), seperti menciptakan realitas baru (neo reality), realitas baru membentuk realitas lain. kenyataan tidak masalah. (Piliang, 2003: 170).

Penulis memahami semua simbol yang tampak dalam gambar atau tulisan sebuah pesan, karena atas nama realitas yang ada di masyarakat, lebih dari simbol dan simbol tersebut membentuk realitas baru di masyarakat. Kajian semiotika dapat memahami fungsi paad @gerryoheadpiece untuk mengungkap pentingnya sebuah akun Instagram. Mengungkap implikasi makna mental yang berfokus pada simbol-simbol, baik itu gambar maupun teks. Untuk itulah semiotika Charles Sanders Peirce dikategorikan menjadi ikon, profil, dan ikon untuk menampilkan isi postingan di akun Instagram @gerryoheadpiece.

Mengingat topik di atas, judul artikel ini berarti Fashion dalam Penggunaan Masker di akun Instagram Gerryoheadpiece. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan struktur makna fashion dalam penggunaan masker di Instagram.

## KAJIAN LITERATUR

### Teori Konstruksi Realitas Sosial

Berger dan Luckman berpendapat bahwa konstruksi realitas merupakan interpretasi atas makna realitas atau realitas dan memiliki perspektif. Realitas sosial didefinisikan sebagai bagian dari interaksi sosial yang terjadi melalui penggunaan bahasa atau simbol dalam komunikasi, di mana bahasa berinteraksi dengan bagian-bagian dari organisasi sosial. Alami diri Anda sebagai bagian dari realitas sosial. Bahkan dalam realitas sosial, pengetahuan tentang realitas diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan mentalitas aktivitas sosial dalam segala aspeknya, termasuk kognisi, gerakan mental dan emosional. Di bawah ia menemukan dirinya, karena Berger percaya bahwa subjektivitas dan objektivitas adalah

bagian dari aktivitas manusia dalam masyarakat. (Syam, 2005: 35).

Berger dan Luckman berpendapat bahwa realitas sosial mencakup proses pada tiga tingkatan. Tiga tingkatan, yaitu keluar, objektivitas dan penyerapan. Justifikasi eksternal adalah upaya untuk menggambarkan atau membenarkan tindakan manusia dalam aktivitasnya, termasuk aktivitas material dan immaterial yang terjadi dalam hubungan antara manusia dengan lingkungannya, baik aktivitas mental maupun fisik yang berhubungan dengan hubungan antara manusia dengan dirinya sendiri maupun yang berkaitan dengan daerah tertentu lainnya. Menjelaskan bagaimana manusia membentuk dan membentuk lingkungan. Tujuan adalah cara di mana suatu objek memiliki makna dan merupakan proses di mana suatu objek memiliki makna umum sebelum manusia muncul di dunia. Produk dari visualisasi ini disebut pengetahuan. Ada yang menyebut pengetahuan ini sebagai realitas yang ada atau yang lain menyebutnya fakta lain. Objektivitas membuat lingkungan tampak alami.

Tujuannya adalah untuk menerima produk material dan immaterial dari masyarakat sebagai proses kelulusan. Bagian dari metode daya tarik adalah cara seseorang tidak secara alami menjadi anggota masyarakat, tetapi merupakan proses yang muncul dari lingkungan sosial. Cara utama di mana seorang individu berpartisipasi dalam keanggotaan sosial adalah melalui introspeksi, yaitu memahami dan menafsirkan suatu peristiwa objektif dalam ekspresi makna, seperti semua metode mental pada manusia sebagai subjektif. Dengan ini penerimaan manusia sebagai produk dari lingkungan. Sistem tarik-menarik adalah dimulainya kembali dunia objektif dalam konsep yang berbeda, sehingga mentalitas manusia dipengaruhi sebagai struktur lingkungan sosial. Berbagai belahan dunia yang telah terbentuk kemudian digunakan sebagai fenomena realitas bawah sadar maupun fenomena kesadaran internal. Dengan diserap, individu adalah produk dari lingkungan sosial. (Bungin, 2007: 32)

Berger dan Luckman menawarkan pandangan mereka tentang bagaimana realitas dapat diciptakan dalam kehidupan sosial

dengan membangun simbol yang entah bagaimana berhubungan dengan realitas sehari-hari di sekitar realitas simbolik. Dalam hal ini, lingkungan sosial adalah produk yang dihasilkan orang tetapi tidak diberikan. Lingkungan sosial diciptakan oleh subjek-subjek yang acuan utamanya adalah hal-hal dan fenomena-fenomena yang terus-menerus disampaikan sebagai pola-pola yang jelas oleh individu, tetapi juga oleh masyarakat lain. Bagi generasi muda untuk belajar kebenaran dengan berinteraksi dengan orang lain, bagi generasi muda untuk belajar hal-hal yang berbeda dengan menciptakan lingkungan yang dipercaya dan dilakukan setiap hari. (Noviani, 2002: 13)

Mengenai konstruksi realitas sosial, Berger dan Luckman mengatakan bahwa realitas sosial tidak muncul dari ruang kosong, tetapi secara tidak sadar mengatakan bahwa konstruksi realitas sosial memiliki kepentingan tertentu, di sini kepentingan atau ideologi media. Media dalam penelitian ini adalah Instagram, dimana media pada hakekatnya menciptakan struktur realitas yang pada akhirnya mempengaruhi pembentukan makna, makna, atau perspektif realitas. Dapat dikatakan bahwa aktivitas pemaknaan ini ada dalam sebuah teks, yaitu sebuah simbol (symbol). Karena media hanya memiliki fungsi pemberitaan, tetapi dalam pemilihan kata atau kalimat, pilihan kata, istilah atau simbol yang memperoleh makna yang seragam dalam lingkungan sosial, maka makna sosial tidak bisa lepas. (Subor, 2009b: 32)

Penelitian ini tentang konstruksi fashion Akun Instagram Gerryoheadpiece, yang merupakan hasil dari penciptaan realitas sebagai ikon (berdasarkan teks). Simbol atau teks dalam hal ini bukan hanya alat untuk merepresentasikan realitas, tetapi juga dapat menentukan bentuk yang ingin diciptakan oleh simbol di sekitar realitas tersebut. Akibatnya, media memiliki peluang yang sangat tinggi untuk mempengaruhi makna dan citra realitas yang Anda ciptakan. Realitas di sini bersifat kekerasan simbolik, yang dapat dicapai melalui penggunaan bahasa yang kompleks, gelap, dan bahkan meremehkan fakta.

Di sini media memainkan peran khusus dalam mempengaruhi budaya melalui pesan-pesan yang disampaikan. Media dapat mengontrol isi pesan yang akan dikirimkan dengan cara mengenkripsi pesan, dan disinilah media seolah-olah ingin membuat pesan yang bermakna.

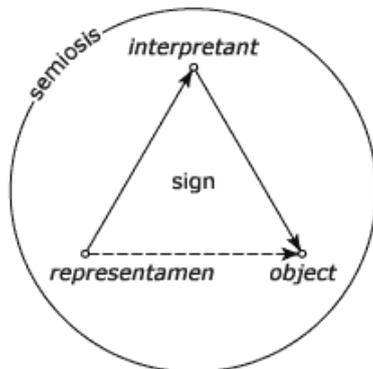
### Semiotika Charles Sanders Peirce

Menurut Sobur (2009b:15) semiotika adalah ilmu atau metode mempelajari tanda-tanda. Tanda-tanda adalah kumpulan yang kita gunakan untuk mencoba mencari jalan di dunia ini, antara manusia dan dengan manusia.

Teori semiotika Charles Sanders-Peirce sering disebut sebagai “*the great theory*” karena merupakan gambaran yang lengkap tentang struktur dengan segala maknanya. Peirce ingin mengidentifikasi partikel akar gejala dan menggabungkan komponen ini menjadi satu struktur. (Wibowo, 2013:17)

Peirce menunjukkan bahwa kita hanya bisa berpikir melalui tanda. Manusia hanya dapat berkomunikasi melalui tanda. Peirce dikenal dengan teorinya tentang arti segitiga (*triangular meaning*). Menurutnya, semiotika dimulai dengan tiga elemen utama: tanda (*sign* atau ekspresi), tanda referensi (*objek*), dan tanda pengguna (*interpreter*). Apa yang dibahas dalam teori segitiga adalah bagaimana hal itu muncul dari simbol-simbol yang digunakan orang untuk berkomunikasi. (Krisyantono, 2006:263)

Charles Sanders Peirce dikenal dengan model segitiga dan konsep segitiganya, yang meliputi:



Sumber : (Wibowo, 2013:17)

**Gambar 3 Model Triadic Peirce**

Model di atas sering disebut sebagai semiotika makna segitiga. Menurut Peirce, fungsi tanda adalah proses konseptual yang terus menerus tidak terbatas. Kondisi ini disebut “*semiosis tak terhingga*”. Artinya, rantai makna-keputusan oleh tanda baru yang menafsirkan tanda sebelumnya atau seperangkat tanda).

Seperti yang dijelaskan pada skema di atas, proses semi-osis menciptakan rangkaian hubungan yang tak terbatas, kemudian interpreter menjadi representatif lagi, interpreter lagi, dan representatif lagi. Pergerakan yang dikatakan Umberto Eco dan Jacques Derrida tanpa akhir ini kemudian diformulasikan sebagai proses semi-osis tanpa batas. (Budiman, 2011:3)

Tanda atau representamen (*representamen*) yang dikatan Peirce mewakili sesuatu kepada orang lain dalam satu aspek atau kemampuan. Yang lain disebut penafsir (*interpreter*) dari tanda pertama dan mengacu pada objek (*objek*). Oleh karena itu, tanda atau wakil memiliki hubungan tradisional langsung dengan pelaku dan tujuannya. (Budiman, 2011:18)

Proses tidak memiliki awal atau akhir karena semuanya saling berhubungan. Bentuk tanda (*sign*) juga berupa kata. Di sisi lain, jika dua kondisi yang hanya dapat dilihat oleh panca indera dan pikiran dan emosi terpenuhi, kadang-kadang disebut ekspresi (*simbol*). Selanjutnya ia bertindak seperti sebuah tanda (*menyarankan sesuatu yang lain*). Seorang penafsir menciptakan tanda kekuatan pikiran sebagai penafsir. Tapi bisa juga dipahami sebagai perwakilan. Yang terbaik adalah orang yang melihat pelaku sebagai representasi lain yang mengacu pada objek yang sama. Dengan kata lain, untuk menentukan apakah seorang intepeter merupakan tanda, Anda perlu menamai interpreter dengan tanda lain yang memiliki interpreter lain yang disebut dengan tanda lain.

Dua hal yang perlu diingat ketika menganalisis teori Charles Sanders Peirce adalah penggunaan teori tersebut terlebih dahulu harus sejalan dengan pandangan masing-masing. Kedua, jika Anda hanya menganalisis tanda-tanda yang menyebar dalam pesan komunikasi Anda, Anda dapat melihat hasilnya dengan tiga jenis tindakan:

representatif, target, dan interpreter. Namun, jika Anda ingin melakukan analisis yang lebih rinci, Anda harus menggunakan simbol di semua level dari tiga bagian pertama hingga tiga bagian ketiga.

1. Representamen

Representamen adalah formulir yang diterima dengan tanda atau bertindak sebagai tanda. Tanda atau *representamen* oleh Charles Sanders Peirce mewakili sesuatu yang lain dengan arti atau kemampuan tertentu bagi seseorang.

Representasi; bentuk di mana tanda menerima atau berfungsi sebagai tanda (Saussure menyebutnya tanda tanda). Perwakilan kadang-kadang disebut tanda atau simbol. (Vera, 2014:38)

Tanda (*representamen*) adalah bentuk fisik atau sesuatu yang dapat diserap oleh indera dan menunjuk pada sesuatu. Metode trisection pertama dibagi menjadi tiga bagian:

a. Qualisign adalah tanda yang menjadi tanda sesuai dengan sifatnya. Misalnya, sifat merah adalah kualifikasi karena

dapat digunakan sebagai tanda untuk menunjukkan cinta, bahaya, atau larangan.

b. Sinsign adalah tanda yang didasarkan pada bentuk dan penampakan yang sebenarnya. Setiap ekspresi individu bisa menjadi tanda teriakan, yang bisa berarti heran, gembira atau kesakitan.

c. Legisign adalah tanda yang didasarkan pada aturan, adat, dan norma yang berlaku umum. Semua penanda bahasa adalah pembuat undang-undang karena bahasa adalah kode. Setiap badan legislatif berisi tanda ketiga, tanda kedua yang terhubung dengan aturan yang diterima secara umum.

2. Object

Objek mengacu pada simbol. Apa yang diwakili oleh representasi terkait dengan bentuk. Pierce membedakan tanda-tanda objek dalam lukisan dari jenis tanda yang termasuk dalam semiotika. Diantaranya adalah ikon, indeks dan simbol.

Tabel 1. Tipe-Tipe Tanda

Jenis Tanda ( <i>Representamen</i> )	Hubungan Antar Tanda Dan Sumber Acuan	Contoh
Ikon	Simbol dirancang untuk mewakili sumber referensi dengan simulasi atau persamaan (yaitu sumber Referensi dapat dilihat dan didengar dengan ikon. )	Semua jenis gambar (bagian, angka, dll.), Foto, kata-kata, dll.
Indeks	Tanda dirancang untuk mengidentifikasi sumber referensi dan sumber tautan	Dengan jari telunjuk, kata keterangan seperti di sini, di sana, kata ganti seperti saya, Anda, dia dan sebagainya.
Simbol	Tanda dirancang agar sesuai dengan sumber referensi atau persetujuan	Simbol sosial seperti mawar, simbol matematika dan sebagainya.

Sumber: (Danesi, 2010:38)

a. Ikon adalah karakter yang berisi persetujuan sehingga pengguna dapat dengan mudah mengenalinya. Ikon menunjukkan hubungan antara representasi dan tujuannya sebagai kesamaan antara karakteristik yang berbeda. Misalnya, sebagian besar rambu jalan bersifat simbolis karena "mewakili" bentuk yang sesuai dengan objek sebenarnya.

b. Indeks adalah simbol yang memiliki hubungan fenomenal atau eksistensial antara seorang wakil dengan objeknya. Dalam sebuah indeks, hubungan antara tanda dan objeknya bersifat konkret, realistis, dan umumnya berkelanjutan atau kausal. Misalnya, contoh jejak kaki di tanah adalah indeks orang dan hewan yang lewat. Mengetuk pintu menunjukkan bahwa ada tamu di rumah.

c. Jenis simbol yang arbitrer dan lazim menurut konsensus atau kesepakatan

beberapa orang atau masyarakat. Tanda-tanda legitimasi umumnya merupakan simbol. Tidak ada rambu-rambu jalan yang ikonik.

Proses pemaknaan dapat mengarah pada rangkaian hubungan yang tak terbatas, sehingga penafsir menjadi ekspresi lagi.

Menafsirkan kembali dan kemudian mengusulkan lagi. Charles Sanders Peirce (1893-1914) mengkategorikan tanda dan mekanismenya ke dalam tiga kategori, seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 2 Jenis Tanda dan Cara Kerjanya**

No.	Jenis Tanda	Ditandai dengan	Contoh	Proses Kerja
1.	Ikon	- Persamaan - kemiripan	Gambar dan foto	Dilihat
2.	Indeks	- hubungan sebab akibat - keterkaitan	Asap, apai, gejala, dan penyakit	diperkirakan
3.	Simbol	- konvensi atau kesepakatan sosial	Kata-kata dan isyarat	Dipelajari

Sumber : (Danesi, 2010:38)

3. Intrepretan

Menunjukkan makna simbol, bukan penafsir simbol. Menurut Vera (2014:23) Intrepretan atau penafsir adalah tanda dalam pikiran manusia tentang objek yang diacu oleh tanda tersebut. Simbol-simbol tersebut dibagi menjadi rheme, dicisign, dan argument sebagai berikut:

- a. *Rheme*, ketika simbol dimaknai sebagai ciptaan dan makna tanda masih berkembang.
- b. *Dicisign (dicentsign)*, bila ada hubungan nyata antara suatu simbol dengan interpretasinya
- c. *Argument*, ketika tanda dan interpretasinya bersifat umum

**METODE PENELITIAN**

**Paradigma Konstruktivisme**

Menurut Ronda (2018), konstruktivisme adalah hasil konstruksi manusia. Konstruktivisme, yaitu paradigma yang longgar, toleran, dan tak begitu menganggap penting penelitian. Paradigma ini menghasilkan metode penelitian kualitatif dengan sifat begitu berbeda dari kuantitatif. Realitas bersifat relatif, yang menjadi hasil dari konstruksi mental yang begitu bermacam dan tak bisa dirasakan dengan indra.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Konstruktivisme sebenarnya melihat subjek sebagai faktor sentral dalam aktivitas

komunikasi dan hubungan sosial. Subjek memiliki kemampuan untuk mengontrol tujuan tertentu dari setiap wacana. Komunikasi dipahami, diatur dan diberi energi oleh pernyataan yang disengaja. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah tindakan penciptaan makna: pembentukan diri dan pengungkapan identitas pembicara. Oleh karena itu, Anda dapat melakukan analisis untuk menganalisis tujuan dan makna khusus dari komunikasi. (Ardianto, 2011:156)

Konstruktivisme memberi pendapat yaitu semesta dengan epistemologi yaitu hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia yaitu konstruksi yang terbangun dari proses kognitif beserta interaksi ber dunia objek material. Pengalaman manusia tersusun dari interpretasi dengan makna pada fakta dan bukannya reproduksi kenyataan. Maka dunia memunculkan pengalaman manusia dengan bermakna dan terorganisasi.

Sehubungan dengan survei ini, gambar pengguna masker akan muncul di akun Instagram @gerryoheadpiece berdasarkan pengalaman penulis, seperti yang ditunjukkan pada foto Instagram, jadi Anda perlu menyampaikan pesan tersembunyi.

**Jenis penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif adalah survei yang disajikan untuk menggambarkan dan

menganalisis fenomena, peristiwa, kegiatan sosial, sikap, dan pemikiran orang secara individu atau kelompok. Kajian kualitatif ini digunakan untuk mempertimbangkan makna sebagai bagian integral dari pengalaman.

Jenis penelitian ini adalah penelitian interpretasi, yaitu metode analisis untuk memahami secara mendalam makna dari fenomena. Dasar kajian ini adalah semiotika, suatu upaya untuk mempelajari linguistik bahasa, yang lebih luas dari segala perilaku manusia yang memiliki makna atau fungsi sebagai tanda.

### Unit analisis

Penelitian ini menggunakan unit analisisnya adalah semua tanda yang terkait dengan survei ini, baik visual, pencahayaan warna, dan pemilihan latar belakang, telent pada akun Instagram @gerryoheadpiece.

### Teknik Analisis Data

Huberman dan Miles, tahapan analisis data yang rutin dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah:

#### 1. Klasifikasi dan reduksi data

Periset dapat mencari data-data yang sifatnya penting yang berkaitan terhadap permasalahan dalam penelitian, serta kemudian mengelompokkan data tersebut sesuai terhadap topik permasalahannya.

Dalam penelitian ini kategori data dilakukan dengan mengumpulkan data, berupa foto-foto di Instagram @gerryoheadpiece. Selanjutnya reduksi data yang dilaksanakan yaitu menguji data dan memastikan data yang didapatkan mengandung hal penting dalam penelitian.

#### 2. Penyajian data

Data yang sudah dikumpulkan serta di kelompokkan tersebut lalu disusun secara sistematis maka periset bisa mengamati serta menelaah komponen penting dari sajian data. Sajian data dalam riset berikut yaitu dengan mendeskripsikan data dari uploadan Instagram yang diteliti menggunakan teori semiotika model Charles Sander Pierce.

#### 3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Dalam tahap berikut, periset melaksanakan interpretasi data sesuai dengan konteks permasalahan serta tujuan penelitian. Dari interpretasi yang dilaksanakan biasanya akan memperoleh hasil simpulan dalam menjawab permasalahan penelitian.

Pada saat menganalisa data, penulis mempergunakan teknik analisis data kualitatif. Analisis kualitatif ialah prosedur penelitian yang mendapatkan data deskriptif berbentuk kata-kata tertulis ataupun lisan dari seseorang serta sikap yang bisa dilihat.

Penelitian ini akan mengkaji akun Instagram @gerryoheadpiece, dengan menganalisis tanda menggunakan semiotika model Charles Sanders Peirce sebagai teori segitiga makna (*triangle meaning*) yang membagi tanda atas representamen, object dan interpretant.

### PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan semiotika Charles Thunder Pierce untuk menganalisis akun Instagram @gerryoheadpiece. Pierce memberi perhatian khusus pada tanda dan objek yang dimaksud. Jika Anda melihat simbol atau representasi di akun @gerryoheadpiece Anda, Anda akan melihat objek yang mewakili sesuatu. Model triad piercing melewati tiga poin: artis atau tanda, objek, dan penafsir. Ketiga poin ini dihubungkan oleh deskripsi sebagai berikut:



Gambar 4 Akun Instagram @gerryoheadpiece

#### 1. Representamen Akun Instagram @gerryoheadpiece

Representamen atau tanda dalam @gerryoheadpiece terlihat latar belakang berwarna hitam dan terdapat lampu yang menyala. Terdapat seorang perempuan dengan mata yang terang berwarna abu-abu dengan alis dan bulu mata yang rapi, namun bagian wajah yang bawah di tutupi ada bagian menyala dari tutupan wajah bawahnya.

#### 2. Objek Akun Instagram @gerryoheadpiece

Ikon :

Wanita menggunakan baju berwarna yang sangat bagus abu-abu, mata yang terang berwarna abu-abu dengan alis dan bulu mata yang rapi. Wanita tersebut sebagai ikon pengganti wanita yang menggunakan masker. Terdapat latar belakang berwarna hitam dan terdapat lampu yang menyala. Latar belakang ini menjadi ikon dalam ruangan make up.

**Indeks:**

Warna baju abu-abu yang dikenakan wanita tersebut memberikan kesan bahwa wanita tersebut sebagai orang yang mewah, glamour, sayang, cinta dan berbagi. Terdapat latar belakang (*background*) berwarna hitam dan terdapat lampu yang menyala mengesankan ke glamoran.

**Simbol:**

Terdapat seorang perempuan dengan mata yang terang berwarna abu-abu dengan alis dan bulu mata yang rapi, namun bagian wajah yang bawah di tutupi ada bagian menyala dari tutupan wajah bawahnya, hal ini simbol dari pengantin wanita walaupun dengan menggunakan masker namun tetap mewah, cantik dan glamour.

**3. Interpretant Akun Instagram @gerryoheadpiece**

Interpretan yang terdapat dalam gambar ini adalah terlihat latar belakang berwarna hitam dan terdapat lampu yang menyala. Terdapat seorang perempuan dengan mata yang terang berwarna abu-abu dengan alis dan bulu mata yang rapi, namun bagian wajah yang bawah di tutupi ada bagian menyala dari tutupan wajah bawahnya. pengantin wanita walaupun dengan menggunakan masker namun tetap mewah, cantik dan glamour. Yang membuat glamournya adalah masker yang digunakan karena berbeda dengan masker pada umumnya. Disini terdapat realitas bahwa walaupun pengantin wanita di tutup dengan masker masih bisa terlihat cantik, mewah dan glaur. Disini terkesan ingin menyampaikan makna bahwa masker juga memiliki makna sebagai fashion.

Dengan mendefinisikan konsep realitas dan pengetahuan, Berger dan Lockman mulai memahami struktur sosial. Realitas sosial dikomunikasikan melalui komunikasi melalui bahasa ekspresi sosial dan dimaknai sebagai sesuatu yang melekat dalam interaksi sosial yang berinteraksi melalui

bentuk-bentuk organisasi sosial. (Syam, 2005:35)

Berger dan Luckman berpendapat bahwa proses dimana individu menciptakan realitas dalam kehidupan sehari-hari adalah struktur simbolis dari realitas. Menurut mereka, dunia sosial adalah produk manusia dan bukan produk khusus. (Noviani, 2002:13)

Disini mencoba menjelaskan realitas yang ingin dibangun dengan penggunaan masker, penggambaran yang ingin dibangun dalam akun instagram @gerryoheadpiece. menciptakan budaya baru dengan masker sebagai fashion dengan menggunakan masker masih tetap trendi. Selanjutnya terdapat objektifitas yaitu dimana media memiliki analogi yang objektif mengenai suatu penggambaran wanita menggunakan masker namun masih tetap cantik.

Selanjutnya adalah eksternalisasi, dimana proses pengertian atau interpretasi dari peristiwa objektif, terkait dengan penelitian ini dengan penggunaan analogi penggunaan masker yang dulu dianggap untuk kesehatan namun kali ini untuk fashion yang terkesan glamour. Realitas yang ingin dibangun dalam instagram @gerryoheadpiece. adalah masker sebagai suatu fashion yang glamour dan tren sehingga menyatakan kelas sosial yang tinggi bagi seorang wanita.

**PENUTUP**

Era covid 19 membuat pemerintah menerapkan protokoler kesehatan yaitu dengan menggunakan masker, namun masker pada saat ini bukan lagi sebagai menghidar kesehatan namun sebagai fashion yang digunakan sehari-hari. Untuk itu banyak para disainer membuat masker yang lebih modis untuk menunjang aktifitas dan diupload di instagramnya. Dari sini penelitian ini menggunakan terori semiotik untuk mengungkap makna fashion yang terdapat dalam masker.

Makalah ini ingin makna yang ingin dibangun dengan penggunaan masker, penggambaran yang ingin dibangun dalam akun instagram @gerryoheadpiece. menciptakan budaya baru dengan masker sebagai fashion dengan menggunakan masker masih tetap trendi. Selanjutnya terdapat objektifitas yaitu dimana media memiliki analogi yang objektif mengenai suatu

penggambaran wanita menggunakan masker namun masih tetap cantik. Eksternalisasi menggambarkan penggunaan masker yang dulu dianggap untuk kesehatan namun kali ini untuk fashion yang glamour. Makna yang dibangun dalam instagram @gerryoheadpiece adalah masker sebagai kini dapat menyatakan kelas sosial yang tinggi bagi seorang wanita.

## REFERENSI

- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bungin, B. (2007). *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Dewi, R. K. (2020). Virus Corona di Indonesia: 399 Kasus Baru pada 12 April, Penambahan Tertinggi Sejak 2 Maret 2020 Halaman all - Kompas.com. Retrieved November 27, 2020, from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/12/212807365/virus-corona-di-indonesia-399-kasus-baru-pada-12-april-penambahan-tertinggi?page=all>
- Krisyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Noviani, R. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Piliang, Y. A. (2003). *Pengantar Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Bandung: Jalasutra.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Syam, N. (2005). *Islam Pesisir*. Yogyakarta: LKis Pelangi Aksara.
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wibowo, I. S. W. (2013). *EBOOK Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi Edisi*

2. Retrieved August 9, 2020, from <https://salakanews.com/download/download-ebook-semiotika-komunikasi/>
- Williams, S. (2020). Virus corona: Paduan masker dengan busana menjadi tren "fashion" di tengah pandemi - BBC News Indonesia. Retrieved November 27, 2020, from <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-52696800>

## BIODATA PENULIS

**Iin Soraya, S. Sos, M.M, M.I.Kom** adalah seorang Dosen Program Studi Periklanan di Fakultas Komunikasi dan Bahasa di Universitas Bina Sarana Informatika. Memulai karirnya sebagai dosen di Bina Sarana Informatika sejak bulan Maret 2010. Penulis menyelesaikan studi Strata Satu (S1) pada tahun 2007 di jurusan Periklanan Fakultas Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Politik (IISIP) Jakarta. Penulis menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Dua (S2) Magister Manajemen di Universitas Bina Sarana Informatika Bandung pada tahun 2012, serta menyelesaikan pendidikan Strata Dua (S2) Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta pada tahun 2021.

**Mareta Puri Rahastine, S.Sn, M.I.Kom** adalah seorang dosen di Universitas Bina Sarana Informatika. Yang sudah menyelesaikan pendidikannya di universitas pasundan bandung pada tahun 2011 dengan jurusan desain komunikasi visual dan melanjutkan pendidikan magister di universitas mercubuana dengan jurusan komunikasi dan lulus tahun 2015. Pengalaman bekerja selain sebagai dokter juga pernah sebagai CSR di Sinarmas Group dan menjadi Internal Communication di PT. Indosat,tbk

**Ganjar Wibowo, S.Kom., M.I.Kom.** kelahiran Jakarta adalah seorang Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi di UNSERA dan Universitas Satya Negara Indonesia. Memulai karirnya sebagai dosen Institusi tersebut sejak Februari 2019. Penulis menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Dua (S2) Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sahid Jakarta Tahun 2018.