

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pertama yang berjudul "*Women Support Women*" dan *Transformasi Digital: Konstruksi Realitas Sosial pada Komunitas Daring Ibu Punya Mimpi* yang ditulis oleh Lina Kamila Rahmasari dan diterbitkan pada tahun 2025 dalam Jurnal Intelektual: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Administrasi Publik berfokus pada analisis peran komunitas Ibu Punya Mimpi dalam membentuk konstruksi realitas sosial perempuan melalui pemanfaatan platform digital.. Penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dan metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan komunitas Ibu Punya Mimpi berhasil mengonstruksi realitas sosial mengenai konsep "ibu berdaya" melalui berbagai program pemberdayaan dan pemanfaatan media digital, sehingga tercipta ruang yang mendorong perempuan untuk mengembangkan potensi, meningkatkan kepercayaan diri, serta membangun solidaritas antarsesama perempuan melalui aktivitas digital. Penelitian tersebut memiliki kesamaan mengkaji konstruksi sosial yang terbentuk melalui aktivitas di media digital. Namun demikian, penelitian Lina Kamila Rahmasari berfokus pada konstruksi realitas sosial perempuan dalam komunitas Ibu Punya Mimpi melalui gerakan *Women Support Women*, sedangkan penelitian ini berfokus pada konstruksi sosial aktivisme digital #KaburAjaDulu pada pengguna media sosial X.

Penelitian terdahulu yang kedua berjudul "*Estetika Aktivisme Digital: Konstruksi Budaya Protes melalui Platform Media Sosial Kontemporer*" yang ditulis oleh M. Johaeri Irhas, Mohamad Najih Arnik, Nur Shofia Asyrof, Misbah Bahaiddin Faqih, Dika Okta Alief Tiyasari, dan Tadjoe Ridjal, diterbitkan pada tahun 2026 dalam WATHAN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora (Vol. 3 No. 2) yang diterbitkan oleh Fanshur Institute: Research and Knowledge Sharing in Aceh,

berfokus pada bagaimana estetika digital dikonstruksi sebagai praktik budaya gerakan (*movement culture*) dalam aktivisme digital di berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X. Penelitian ini menggunakan teori Movement Culture dan konstruksi sosial yang dipadukan dengan perspektif media digital untuk menjelaskan pembentukan identitas kolektif, budaya partisipasi, dan makna dalam gerakan sosial digital. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-interpretatif, melalui studi literatur, observasi nonpartisipan terhadap konten media sosial, serta analisis tematik dan visual-kultural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa estetika aktivisme digital memiliki peran penting dalam membangun makna, identitas kolektif, solidaritas, dan partisipasi masyarakat di ruang digital. Memiliki persamaan dalam pembahasan mengenai aktivisme digital di media sosial yang menitikberatkan pada proses pembentukan makna di ruang digital. Perbedaannya, penelitian terdahulu menganalisis konstruksi estetika aktivisme digital secara umum pada berbagai platform media sosial, sedangkan penelitian ini berfokus pada konstruksi sosial aktivisme digital melalui tagar #kaburajadulu pada pengguna media sosial X.

Penelitian terdahulu yang ketiga berjudul "Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media" yang ditulis oleh A. Badru Rifa'i, diterbitkan pada tahun 2024 dalam JISSC-DIKSI (Journal of Islamic Social Science and Communication) Volume 3 Nomor 1, berfokus pada bagaimana media massa mengonstruksi realitas sosial melalui proses pemberitaan sehingga realitas yang diterima masyarakat. Penelitian ini menggunakan teori Konstruksi Sosial, serta didukung oleh teori fakta sosial dan teori definisi sosial sebagai pembanding. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*) dan analisis naratif terhadap teks media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media massa berperan sebagai agen konstruksi sosial yang secara aktif memilih, membingkai, dan mendefinisikan suatu peristiwa berdasarkan perspektif tertentu, sehingga berita yang diterima masyarakat merupakan hasil interpretasi media. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan teori Konstruksi Sosial Berger dan Luckmann, pendekatan kualitatif, serta sama-sama mengkaji bagaimana realitas sosial dibentuk melalui media. Perbedaannya, penelitian

terdahulu berfokus pada proses konstruksi realitas oleh media massa sebagai institusi pemberitaan, sedangkan penelitian ini berfokus pada proses konstruksi sosial aktivisme digital #kaburajadulu oleh pengguna media sosial X.

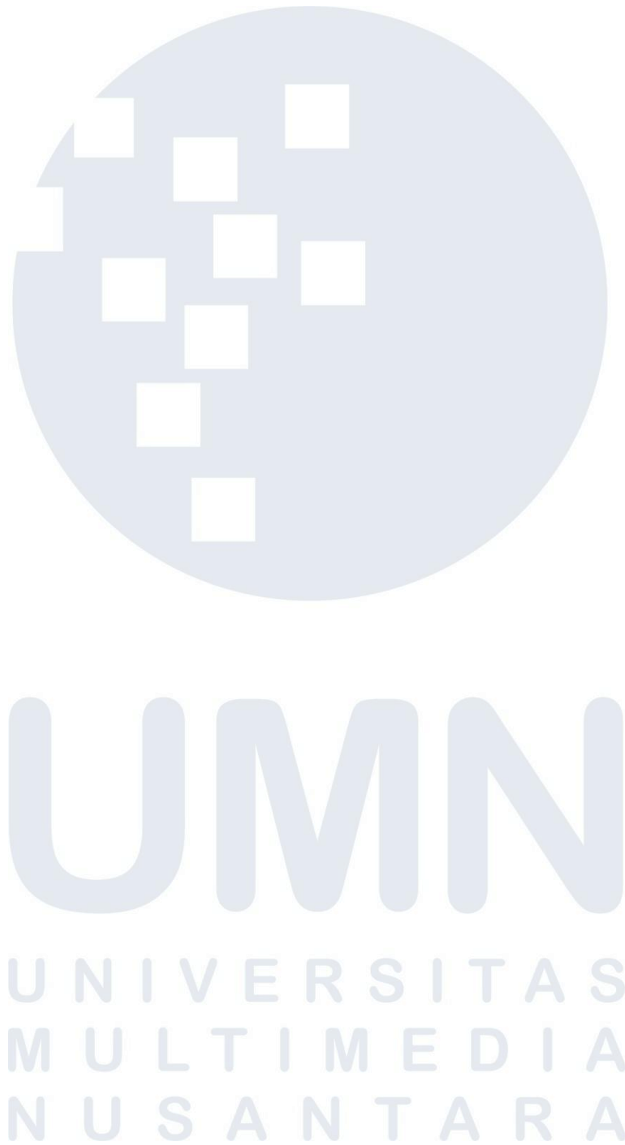
Penelitian terdahulu yang keempat dilakukan oleh Fitriingsih dan Catur Nugroho yang diterbitkan pada tahun 2023 dalam LITERASI: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 1 No. 2 berjudul "Konstruksi Media Daring terhadap Kecurangan Pilpres 2019 (Analisis Framing Berita Kecurangan Pemilihan Presiden & Wakil Presiden 2019 pada Media Tempo.co dan Kompas.com)" bertujuan untuk menganalisis bagaimana media daring Tempo.co dan Kompas.com mengonstruksi pemberitaan mengenai isu kecurangan Pemilihan Presiden 2019. Penelitian ini menggunakan Teori Konstruksi Realitas Media serta Analisis Framing, dengan metode penelitian kualitatif melalui analisis framing terhadap berita yang dimuat pada kedua media tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tempo.co dan Kompas.com membingkai isu yang sama dengan sudut pandang yang berbeda, di mana Tempo.co lebih menonjolkan isu dugaan kecurangan dan pentingnya netralitas pemilu, sedangkan Kompas.com lebih menekankan kepercayaan terhadap lembaga penyelenggara pemilu, seperti KPU dan Bawaslu, dalam menangani dugaan kecurangan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif dan pembahasan mengenai konstruksi realitas dalam konteks media digital. Adapun perbedaannya, konstruksi media terhadap pemberitaan melalui analisis framing, sedangkan penelitian ini berfokus pada konstruksi sosial pengguna media sosial X dalam memaknai fenomena aktivisme digital #kaburajadulu.

Penelitian terdahulu kelima berjudul "Social Media Darling: Sebuah Konstruksi Sosial Atas Realitas" yang ditulis oleh Diego, Ilham Havili, Yayuk Lestari, dan Sarmiati serta diterbitkan pada tahun 2023 dalam MetaCommunication: Journal of Communication Studies berfokus pada fenomena *social media darling*, yaitu bagaimana seorang influencer mampu membentuk konstruksi sosial melalui konten yang diunggah di media sosial sehingga memengaruhi cara pandang, persepsi, dan perilaku para pengikutnya. Penelitian ini

mengambil studi kasus pada influencer asal Kota Padang, Praz Teguh, yang dinilai memiliki pengaruh besar terhadap pengikutnya melalui kreativitas, autentisitas, serta konsistensi dalam menghasilkan konten di Instagram. Penelitian tersebut menggunakan Teori Konstruksi Sosial yang dipadukan dengan pemikiran Karl Marx mengenai *false consciousness* (kesadaran palsu). Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi terhadap aktivitas akun media sosial influencer, kemudian dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk konstruksi sosial pengikutnya melalui konten yang dipublikasikan di media sosial. Persamaan penelitian sama-sama mengkaji proses konstruksi sosial yang terjadi melalui media sosial bagaimana realitas sosial dibentuk melalui interaksi di ruang digital. Terdapat perbedaan yaitu berfokus pada peran seorang influencer dalam membentuk persepsi dan realitas sosial para pengikutnya melalui konten Instagram.

Penelitian terdahulu yang terakhir dilakukan oleh Aurelia Putri Tabina Salma dan Freddy Yusanto (2025) yang diterbitkan dalam Jurnal Komunikasi Volume 8 Nomor 1 berjudul "Konstruksi Pesan Pada Konten Media Sosial Instagram @naturebridgeid" bertujuan untuk menganalisis bagaimana konstruksi pesan promosi pada akun Instagram @naturebridgeid. dibangun melalui Teori Konstruksi Sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @naturebridgeid membangun identitas merek melalui konten yang informatif, edukatif, dan emosional, pesan-pesan tersebut diterima dan dinormalisasi oleh para pengikut sehingga menjadi realitas yang diakui bersama, dan pengikut mengadopsi nilai-nilai yang disampaikan akun tersebut ke dalam cara berpikir dan perilaku mereka sehingga terbentuk loyalitas terhadap merek. Persamaan penelitian sama-sama menggunakan Teori Konstruksi Sosial untuk mengkaji proses pembentukan realitas sosial melalui media sosial. Namun memiliki perbedaan dalam konstruksi

pesan promosi sebuah merek di Instagram, sedangkan penelitian ini mengkaji konstruksi sosial aktivisme digital #KaburAjaDulu pada pengguna media sosial X.



2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

| N<br>o | Item                        | Jurnal 1                                                                                                         | Jurnal 2                                                                                       | Jurnal 3                                   | Jurnal 4                                                                                                                | Jurnal 5                                                     | Jurnal 6                                                            |
|--------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 1.     | <b>Judul Artikel Ilmiah</b> | "Women Support Women" dan Transformasi Digital: Konstruksi Realitas Sosial pada Komunitas Daring Ibu Punya Mimpi | Estetika Aktivisme Digital: Konstruksi Budaya Protes melalui Platform Media Sosial Kontemporer | Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media | Konstruksi Media Daring terhadap Kecurangan Pilpres 2019 (Analisis Framing Berita Kecurangan Pemilihan Presiden & Wakil | Social Media Darling: Sebuah Konstruksi Sosial Atas Realitas | Konstruksi Pesan Pada Konten Media Sosial Instagram @naturebridgeid |

---

Presiden  
2019 pada  
Media  
Tempo.co  
dan  
Kompas.com  
)

---

|                                                             |                                                                                                                           |                                                                                                             |                                                                                                     |                                                                                   |                                                                                                                                          |                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>2. Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit</b> | Lina Kamila Rahmasari, 2025, diterbitkan dalam Jurnal Intelektual: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Administrasi Publik, Volume | M. Johaeri Irhas, Mohamad Najih Arnik, Nur Shofia Asyrof, Misbah Bahauddin Faqih, Dika Okta Alief Tiyasari, | Badru Rifa'i. 2024. JISSC-DIKSI (Journal of Islamic Sosial Science and Communication), Vol. 3 No. 1 | Fitriningsih dan Catur Nugroho, 2023, LITERASI: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.1 No.2 | Diego, Ilham Havili, Yayuk Lestari, dan Sarmiati, 2023, diterbitkan dalam MetaCommunication : Journal of Communication Studies, Volume 8 | Aurelia Putri Tabina Salma & Freddy Yusanto, 2025, Jurnal Komunikasi (Volume 8 Nomor 1, September 2025), |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|

---

|                                |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | 12 Nomor 1,<br>UIN Sunan<br>Gunung Djati<br>Bandung.                                                                                                                                                      | Tadjoer Ridjal,<br>2026, Fanshur<br>Institute                                                                                                            |                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                             | Nomor 2, September<br>2023                                                                                                                                                                                                     | Universitas<br>Telkom                                                                                                                                                                                               |
| <b>3. Fokus<br/>Penelitian</b> | Menganalisis<br>komunitas Ibu<br>Punya Mimpi<br>memanfaatkan<br>platform digital<br>untuk<br>membangun<br>konstruksi<br>realitas sosial<br>perempuan<br>melalui gerakan<br><i>Women Support<br/>Women</i> | Menganalisis<br>estetika<br>aktivisme<br>digital sebagai<br>praktik<br>kultural/politik<br>dan<br>interaksinya<br>dengan logika<br>platform<br>komersial | Menganalisis<br>media massa<br>mengonstruksi<br>realitas sosial<br>melalui<br>pemberitaan<br>sehingga realitas<br>yang diterima<br>masyarakat<br>merupakan hasil<br>konstruksi<br>media | Menganalisis<br>bagaimana<br>Tempo.co<br>dan<br>Kompas.com<br>membingkai<br>pemberitaan<br>mengenai<br>dugaan<br>kecurangan<br>Pilpres 2019 | Menganalisis<br>konstruksi sosial<br>yang terdapat dalam<br>fenomena social<br>media darling,<br>bagaimana seorang<br>influencer mampu<br>membangun<br>konstruksi sosial<br>melalui konten yang<br>diunggah di media<br>sosial | Menganalisis<br>bagaimana<br>konstruksi pesan<br>promosi pada<br>akun Instagram<br>@naturebridgeid<br>. melalui proses<br>eksternalisasi,<br>objektivasi, dan<br>internalisasi<br>sehingga<br>membentuk<br>persepsi |

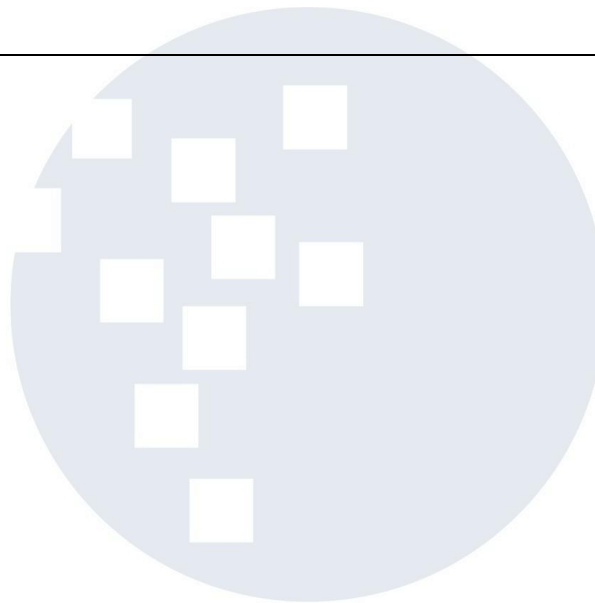


|                                                      |                                                               |                                                                                     |                                                                   |                                                                     |                                                                                                     |                                                                                |                            |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|                                                      |                                                               |                                                                                     |                                                                   |                                                                     |                                                                                                     |                                                                                | pengikut<br>terhadap merek |
| <b>4. Teori</b>                                      | Teori<br>Konstruksi<br>Sosial                                 | Teori Budaya<br>gerakan<br>( <i>movement<br/>culture</i> ),<br>Konstruksi<br>Sosial | Teori Konstruksi<br>Sosial                                        | Teori<br>Konstruksi<br>Sosial,<br>Framing                           | Teori Konstruksi<br>Sosial                                                                          | Teori<br>Konstruksi<br>Sosial                                                  |                            |
| <b>5. Metode<br/>Penelitian</b>                      | Kualitatif                                                    | Kualitatif                                                                          | Kualitatif                                                        | Kualitatif                                                          | Kualitatif                                                                                          | Kualitatif                                                                     |                            |
| <b>6. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan</b> | Penggunaan<br>Teori<br>Konstruksi<br>Sosial untuk<br>membedah | Pengambilan<br>fenomena<br>aktivisme<br>digital dan<br>mengambil                    | Penggunaan<br>teori Konstruksi<br>Sosial Berger &<br>Luckmann dan | Penggunaan<br>konstruksi<br>realitas sosial<br>terhadap isu<br>yang | Penggunaan teori<br>Konstruksi Sosial<br>Peter L. Berger dan<br>pendekatan<br>penelitian kualitatif | Penggunaan<br>teori Konstruksi<br>Sosial Berger<br>dan Luckmann,<br>pendekatan |                            |

|                                                      |                                                                                |                                                                                 |                                                                         |                                                     |                                                                                                            |                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                      | bagaimana individu memaknai realitas sosial melalui aktivitas di media digital | data dari platform media sosial X                                               | pendekatan kualitatif                                                   | berkembang di media digital                         | untuk menganalisis proses internalisasi, eksternalisasi, dan objektivasi dalam pembentukan realitas sosial | penelitian kualitatif, serta mengkaji bagaimana media sosial membentuk realitas sosial melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi |
| <b>7. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan</b> | Penelitian terdahulu berfokus pada pemberdayaan perempuan berbasis komunitas   | Penelitian terdahulu meneliti aspek estetika, visual, dan format kreatif konten | Penelitian terdahulu berfokus pada konstruksi realitas oleh media massa | Penelitian terdahulu berfokus pada konstruksi media | Penelitian terdahulu berfokus pada peran influencer (Praz Teguh) dalam membentuk konstruksi sosial         | Penelitian terdahulu berfokus pada konstruksi pesan promosi sebuah                                                                                   |

|                            |                                                                                                 |                                                                                               |                                                                                                              |                                                                       |                                                                                                                                               |                                                                                            |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            | dalam komunitas Ibu Punya Mimpi melalui gerakan Women Support Women                             | protes di multiplatform                                                                       | dalam pemberitaan,                                                                                           | terhadap berita Pilpres menggunakan analisis framing                  | pengikutnya melalui konten Instagram, sehingga menitikberatkan pada hubungan antara influencer, pembentukan persepsi, dan potensi misinformas | brand di Instagram                                                                         |
| <b>8. Hasil Penelitian</b> | Komunitas Ibu Punya Mimpi berhasil mengonstruksi realitas sosial mengenai "ibu berdaya" melalui | Estetika digital penting untuk membangun identitas kolektif dan solidaritas, namun menghadapi | Media massa merupakan agen konstruksi sosial yang membentuk realitas melalui proses framing, sehingga berita | Tempo.co dan Kompas.com membingkai isu kecurangan Pilpres 2019 dengan | Praz Teguh memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk konstruksi sosial masyarakat, terutama generasi muda di Kota                     | Proses konstruksi sosial berlangsung melalui tiga tahapan. Pada tahap eksternalisasi, akun |

|                                                                                                                                                                           |                                                                                               |                                                                                                  |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| pemanfaatan media digital yang memungkinkan terbentuknya solidaritas <i>Women Support Women</i> dan mampu mengembangkan potensi diri tanpa meninggalkan peran sebagai ibu | paradoks komodifikasi konten, penyederhanaan pesan politik, serta kontrol algoritmik platform | merupakan hasil interpretasi media melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi | perspektif yang berbeda. | Padang, Namun, penelitian juga mengungkapkan bahwa kerja sama komersial ( <i>endorsement</i> ) berpotensi menghasilkan konstruksi realitas yang tidak selalu sesuai dengan kondisi sebenarnya, sehingga pengikut perlu memiliki literasi media yang baik agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang bersifat manipulatif | @naturebridgeid membangun identitas merek melalui konten informatif, edukatif, dan emosional. Pada tahap objektivasi, pesan-pesan tersebut diterima dan dinormalisasi oleh pengikut sehingga menjadi realitas bersama. Pada tahap |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



---

atau mengandung  
unsur misinformasi

internalisasi,  
pengikut  
mengadopsi  
nilai-nilai yang  
dibangun brand  
ke dalam  
pemikiran dan  
perilaku mereka  
sehingga  
memperkuat  
loyalitas  
terhadap merek

---

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2 Landasan Teori

Konstruksi sosial yang lahir dari proses interaksi, pertukaran data, serta pemaknaan atas realitas lingkungan. Pada era masyarakat digital, proses pembentukan pandangan kolektif ini bergeser secara signifikan. Dahulu prosesnya didominasi oleh media massa konvensional, kini mekanismenya beralih ke media sosial yang menawarkan karakteristik lebih interaktif, instan, dan personal (Suhendra & Pratiwi, 2024). Berdasarkan konsep ini, persepsi dan sikap yang berkembang dalam masyarakat tidak muncul secara instan, melainkan dibentuk oleh interaksi sosial yang terikat pada norma, kebudayaan, serta lingkungan sekitar.

Masyarakat mengadopsi gagasan yang bersumber dari media massa, figur otoritas, dan lingkaran sosial mereka. Oleh sebab itu, pendapat publik merupakan akumulasi dari proses interaksi yang rumit dan dinamis. Realitas sosial tidak eksis secara independen di luar diri manusia, melainkan lahir dari pemaknaan subjektif yang bersumber dari pengalaman serta interaksi antarindividu. Saat pemaknaan tersebut disepakati secara kolektif, ia bertransformasi menjadi realitas yang tampak objektif dan diperkuat oleh lembaga-lembaga sosial. Fenomena ini dipertegas oleh penelitian terbaru yang melihat institusi sosial sebagai instrumen pembuat makna yang selalu diperbarui lewat praktik penafsiran (Hjarvard & Kristensen, 2021).

Teori ini sangat relevan untuk membedah keberagaman pendapat publik di dalam ruang lingkup masyarakat multikultural seperti Indonesia. Adanya polarisasi pandangan eksternal antar individu dan antar kelompok dipicu oleh perbedaan latar belakang budaya, sistem nilai, serta doktrin kepercayaan. Faktor-faktor tersebut menjadi lensa batin yang membentuk internalisasi cara masyarakat dalam menginterpretasikan sekaligus merespons berbagai dinamika sosial maupun politik yang terjadi. Menurut Scheufele dan Tewksbury (2021) konstruksi sosial sangat erat kaitannya dengan konsep pembingkai dalam mengarahkan pendapat masyarakat. Pembingkai bekerja dengan cara menonjolkan sudut pandang tertentu dari sebuah fenomena, sehingga cara pandang dan penilaian publik terhadap masalah tersebut ikut berubah.

Gagasan mengenai konstruksi sosial atas realitas pertama kalinya digagaskan oleh Thomas Luckmann dan Peter L. Berger melalui karya mereka yang bertajuk *The Sosial Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* pada tahun 1966. Berlandaskan paradigma konstruktivis yang memandang bahwa realitas sosial merupakan bentukan individu, teori ini berpusat pada pandangan bahwa manusia adalah aktor utama yang secara aktif dan kreatif membentuk realitas sosial mereka sendiri (Carter & Fuller, 2016).

Teori konstruksi sosial memandang Pendapat publik sebagai produk aktif dari pemingkiaan informasi oleh media, interaksi sosial, dan dinamika komunikasi, bukan sekadar respons pasif individu terhadap berita. Media memegang kendali krusial dalam mengarahkan sudut pandang masyarakat terkait hal-hal yang dinilai valid, signifikan, ataupun kontekstual. Melalui pengaturan gaya penyajian suatu isu, media mampu mengarahkan pandangan kolektif secara optimal (Setiawan, 2025), sosial atau lingkungan media dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap isu tertentu.

Menurut Berger & Luckmann (Nugraheni et al., 2018) teori konstruksi sosial merupakan hal yang diartikan realitas bersifat relatif yang bergantung pada pandangan di dalam masyarakat. Realitas internal muncul dari komunikasi yang terjadi di masyarakat dan hal tersebut yang membentuk factor objektif dalam konstruksi sosial di masyarakat. Realitas dapat tercipta pada manusia melalui proses konstruksi sosial terhadap lingkungan disekelilingnya, menjadikan realitas sosial memiliki makna yang subjektif.

Menurut Berger & Luckmann (Romdani, 2021) menyatakan bahwa konstruksi sosial merupakan realitas yang pada dasarnya dibentuk oleh kapasitas kreatif individu berdasarkan persepsi mereka terhadap lingkungan sosialnya. Selanjutnya, interaksi dinamis antara gagasan manusia dan situasi kemasyarakatan inilah yang kemudian melahirkan sebuah pemikiran baru. Dalam teori ini terdapat 3 dialektika yang mempengaruhi produsen dalam konstruksi sosial.

## 1. Dialektika Eksternalisasi

Dialektika eksternal merepresentasikan proses eksternalisasi di mana manusia secara aktif mencurahkan pemikiran, gagasan, dan ekspresi diri ke ranah sosial. manusia tidak bisa hidup terisolasi, sehingga melalui komunikasi dan interaksi mereka membentuk kebiasaan, merancang institusi, mencipta budaya menjadikan proses konstruk realitas diperluas dengan adanya media sosial karena kebergantungan pada media dalam pemahaman sosial dan politik dalam penyampaian informasi dan pembentukan individu dalam pemaknaan suatu peristiwa (Couldry & Hepp, 2017).

Menurut Peter L Berger dan Thomas Luckman (dalam Mawikere & Hura, 2022) “*Externalization as such is an anthropological necessity man being must ongoingly externalize itself in activity*”, proses eksternalisasi menjadikan sesuatu yang sangat mendekati tradisi dikarenakan pada proses ini seseorang akan mengekspresikan pengetahuannya agar di terima oleh orang lain. Pendapat publik pun selalu bermula di lapangan dari apa yang dikerjakan dan ditunjukkan secara langsung oleh aktor sosial. Realitas ini tidak muncul dari ruang hampa, melainkan terbentuk ketika bahasa yang dipakai dalam menyampaikan narasi publik bersifat transparan, ketika ekspresi komitmen politik terlihat nyata di hadapan rakyat, dan ketika eksekusi program di lapangan konsisten serta dirasakan adil dan berpihak pada publik. Dialektika eksternal merupakan penyesuaian individu mengenai sosial serta politik sebagai bentuk diri individu. Pada dialektika ini memiliki 2 aspek yaitu aspek bahasa atau symbol dan aspek tindakan, dimana manusia mencurahkan atau mengekspresikan diri secara mental dan fisik dalam berbagai hal di dunia (Suci & Supratno, 2022).

## 2. Dialektika Objektivasi

Dialektika objektif merujuk pada fenomena di mana manifestasi perilaku manusia mengkristal menjadi realitas sosial yang otonom. Melalui proses ini, masyarakat hadir sebagai entitas mandiri yang mampu mengintervensi dan mengarahkan kembali individu yang menciptakannya (Rifa, 2024). Pada tahap ini,



norma adat, institusi hukum, dan struktur yang tidak lagi dipandang sekadar hasil tindakan individu, melainkan sebagai fakta sosial yang bersifat kaku, objektif, dan memiliki daya paksa nyata terhadap anggota masyarakat. Namun untuk mencapai kondisi tersebut, bahasa dan tindakan di tahap awal tidak boleh berhenti sebagai aksi sesaat, kebijakan dan praktik harus dibekukan dan dilembagakan sehingga lahirlah dialektika objektif yang beroperasi dari premis "*The process by which the externalized products of human activity attain the character of objectivity is objectivation. The institutional world is objectivated human activity*". Dalam dialektika ini, memfokuskan diri dengan penilaian atas keandalan sistem yang nyata dan terinstitusionalisasi.

Dialektika Objektivasi adalah bentuk interaksi sosial yang berasal dalam dunia intersubjektif yang dapat untuk dilembagakan atau sedang mengalami institusional. Dialektika ini memiliki 2 aspek yaitu aspek fakta realitas yang menunjukkan bahwa fakta empiris, data aktual, dan kondisi riil yang merupakan hasil nyata dan kompetensi yang dapat dinilai secara konkret, aspek kedua melembaga menunjukkan bahwa suatu hal yang berada dari luar dikatakan telah terlembaga apabila telah menjadi norma yang mengakar di masyarakat, dan pada saat yang bersamaan bersifat independen karena mampu beroperasi secara mandiri tanpa bergantung pada kendali maupun kehadiran pencipta awalnya (Dharma, 2018).

### **3. Dialektika Internalisasi**

Dialektika internal merupakan konstruksi personal yang dilakukan seseorang dalam menjadikan pondasi utama untuk keterlibatan dirinya proses penyerapan terhadap realitas objektif serta simbolik pada persepsi seseorang (Kriyantono, 2018) melalui mekanisme internalisasi melalui sosialisasi, pendidikan, dan interaksi sehari-hari sehingga elemen-elemen objektif itu dibangun ulang menjadi struktur kesadaran personal. Proses ini membentuk identitas, pola pikir, nilai, dan prinsip hidup yang tertanam dalam batin terhadap keteraturan hukum, rekam jejak kelembagaan, dan praktik publik yang konsisten lama-kelamaan meresap menjadi nurani setiap orang. Dengan demikian, dialektika internal berangkat dari premis "*It is learned as objective truth in the course of*

*sosialization and thus internalized as subjective reality*". Realitas yang diberikan bukan lagi sekadar respons terhadap aturan eksternal, melainkan telah menjadi bagian dari keyakinan dan perilaku individu, yang nantinya kembali direfleksikan ke ranah sosial dalam siklus konstruksi sosial yang terus berulang.

Dialektika Internal memiliki 2 aspek yaitu aspek penyerapan realitas yang menunjukkan proses pemberian arti atau penafsiran diidentifikasi kembali dengan pengalaman hidup, kondisi ekonomi, maupun pembingkaihan yang membentuk perspektif subjektif, pembentukan identitas, kedua aspek kesadaran, yang menunjukkan realitas objektif dapat menjadikan proses mental dan merumuskan kembali kecenderungan sikap dan niat perilaku melalui dampak akhir dari proses internalisasi yang terwujud dalam kecenderungan sikap konkret (Kriyantono, 2018).

## **2.3 Landasan Konsep**

### **2.3.1 Aktivisme Digital**

Aktivisme digital atau siber merupakan bentuk gerakan sosial dan protes politik-sosial yang memanfaatkan teknologi internet serta media sosial untuk menghubungkan masyarakat. Dalam konteks gerakan protes modern, Tufekci (2017) menjelaskan bahwa aktivitas kolektif di ruang publik digital ini sangat bergantung pada atensi publik dan media sosial guna menggerakkan massa. Melalui pemanfaatan taktis jaringan digital tersebut, gerakan sosial masa kini mampu menciptakan narasi tandingan sekaligus menghimpun dukungan masyarakat secara cepat dan luas.

Menurut Nasrullah (2020) aktivisme digital di media sosial saat ini bukan lagi sekadar alat komunikasi alternatif, melainkan telah menjadi ruang terstruktur tempat tindakan kolektif diorganisasi. Aktivisme digital modern memanfaatkan arsitektur jaringan siber (seperti fitur *retweet*, *trending topic*, dan amplifikasi tagar) untuk memobilisasi massa secara instan, menyebarluaskan sentimen kritis, dan menjalankan protes politik terarah, baik yang terikat pada organisasi formal maupun yang bergerak secara organik dan mandiri.

Keterlibatan pada platform sosial tecermin dari tindakan terukur seperti menyukai, mengomentari, membagikan, atau menyimpan konten, di mana masing-masing tindakan mengindikasikan level perhatian dan keterlibatan pengguna yang berbeda (Escalas et al., 2024).

### **2.3.2 Aksi Konektif**

Karakteristik pergerakan siber yang memanfaatkan arsitektur jaringan secara operasional dapat dijelaskan secara komprehensif melalui teori aksi konektif (*connective action*) dengan pemanfaatan jaringan digital terbukti mampu mengubah narasi personal menjadi gerakan sosial berskala besar, sebuah fenomena. Menurut Kristianto et al. (2021), media sosial telah menggeser logika aksi kolektif lama menjadi aksi konektif, di mana ruang digital memprioritaskan pendapat personal dan kebebasan individu untuk menyuarakan aspirasi tanpa perlu terikat oleh sekat-sekat organisasi formal. Melalui mediasi teknologi berjejaring inilah, koordinasi gerakan tetap dapat berjalan bersama dan inklusif meskipun para aktor di dalamnya bergerak secara mandiri dan tidak saling mengenal secara personal.

Menurut Bennett dan Segerberg (Ramadhan, 2021) peran manajerial yang krusial justru diambil alih oleh instrumen teknologi. Kontribusi formal umumnya sangat minim dan kerap beroperasi secara hibrida antara ruang digital dan fisik. Gerakan ini mengandalkan narasi bersama, penyebaran gagasan bertumpu pada kerangka aksi personal yang didistribusikan melalui ikatan sosial berbasis keyakinan. Pola pengorganisasian yang cair pada gerakan indignados merepresentasikan prototipe ini, di mana lembaga konvensional sengaja dipinggirkan agar gagasan individu yang fleksibel dapat dengan mudah bersirkulasi lintas kanal digital dan luring melalui dukungan platform digital.

Fenomena ini dengan mendefinisikannya sebagai manifestasi dari investasi psikologis dan perilaku seseorang ketika berinteraksi dengan konten maupun merek di ruang digital. Melalui dasar pemikiran tersebut, interaksi digital tidak boleh hanya dilihat dari aktivitas permukaan seperti tombol *like*, kolom komentar, atau fitur berbagi. Lebih dari itu, keterlibatan sejati melibatkan dinamika kognitif,

keterikatan perasaan, serta tindakan riil yang menunjukkan seberapa jauh audiens memfokuskan perhatian mereka pada konten tersebut (Malthouse et al., 2016).

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini didasarkan pada konsep konstruksi sosial atas realitas, yang memandang bahwa realitas pada dasarnya dikonstruksikan melalui proses sosial yang terjadi secara terus-menerus. Berbagai kajian mutakhir memperkuat pandangan bahwa realitas tidak bersifat otonom, melainkan dibentuk oleh aktivitas komunikasi, interaksi, serta dialektika makna di ruang publik maupun ranah siber. Fenomena ini diidentifikasi sebagai konstruksi sosial termediasi (*mediated construction of reality*), yaitu sebuah proses di mana individu maupun kelompok secara simultan merumuskan dan menegosiasikan makna lewat perantara media (Couldry & Hepp, 2017).

Dalam konteks ini, pemanfaatan media sosial seperti media sosial X bertindak sebagai ruang sosial tempat realitas dikonstruksi dan diinterpretasikan secara kontinu. Media sosial X bertransformasi melebihi fungsi konvensional sebagai alat diseminasi informasi; platform ini menjadi ruang dialektika yang menjembatani pengalaman subjektif personal dengan struktur sosial makro melalui aktivitas komunikasi.

Dalam konteks proses ini terlihat nyata pada fase eksternalisasi dalam gerakan aktivisme digital #kaburajadulu, di mana netizen di platform X secara masif mendistribusikan gagasan mereka yang berupa evaluasi kritis, pendapat, maupun rekomendasi. Ragam bentuk konten, mulai dari dokumentasi cuitan, narasi tertulis, hingga ajakan kolektif, merepresentasikan artikulasi personal mengenai standarisasi kualitas kehidupan yang ideal.

Aktivitas ini menjadi sarana bagi individu untuk memproyeksikan nilai dan konsep pemikiran mereka ke ranah komunal. Dalam hal ini, X berperan sebagai infrastruktur digital yang memfasilitasi konversi persepsi subjektif menjadi diskursus publik. Atribut komunikasi, cuitan, serta dokumentasi aksi riil (*real-time action appeal*) secara lapangan berfungsi sebagai instrumen transformasi makna

individual menjadi simbol sosial. Konsekuensinya, diseminasi informasi aktual ini tidak hanya sekadar memindahkan data, melainkan juga menegaskan kedudukan emosional dan afiliasi sosial penggunanya terhadap suatu fenomena, yang membuktikan bagaimana pemikiran subjektif dipabrikasi menjadi realitas objektif yang dapat diakses publik

Proses selanjutnya adalah objektivasi, sebuah tahapan di mana narasi dan konten yang didistribusikan mulai diinterpretasikan oleh para pengikut sebagai cerminan faktual dari situasi sosial-politik serta urgensi reformasi. Selama proses ini berlangsung, representasi cuitan seperti regulasi yang mendiskriminasi publik, kebijakan yang merugikan rakyat, hingga komparasi kualitas hidup domestik dan luar negeri, bertransformasi menjadi parameter kolektif dalam mengidentifikasi masalah sosial-politik.

Menurut Couldry dan Hepp (2017) objektivasi terealisasi saat pemaknaan yang semula bersifat personal memperoleh legitimasi sosial melalui dinamika interaksi antarwarganet di platform X, sehingga bertransformasi menjadi realitas komunal di ruang siber. Reaksi audiens yang terwujud dalam bentuk indikator tanda suka, kolom komentar, penyebaran ulang, serta perluasan jangkauan algoritma, membuat konstruksi makna tersebut semakin solid dan diakui secara luas.

Dalam fase ini, konten berbasis imbauan aksi riil (*real-time action appeal*) memegang peranan krusial karena menawarkan impresi autentisitas serta urgensi, yang mempermudah proses verifikasi dan validasi sebagai potret realitas sosial yang sah. Ketika produksi konten serupa dilakukan secara konsisten dan didukung oleh konsensus publik, realitas yang disajikan tidak lagi dipandang sebagai pendapat subjektif individu, melainkan sebagai representasi objektif dari realitas sosial yang valid dan aktual.

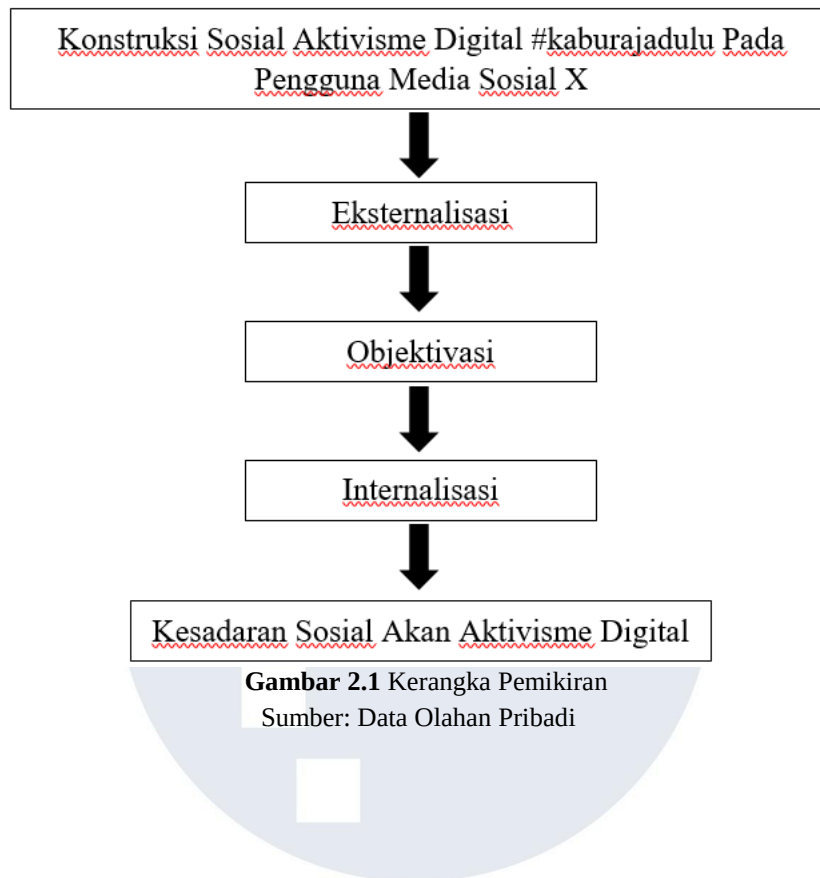
Proses terakhir adalah internalisasi, yang sekaligus memosisikan diri sebagai inti dari analisis dalam penelitian ini. Pada tahapan ini, konstruksi makna yang semula berwujud pesan eksternal mulai terintegrasi ke dalam cara pandang pengguna media sosial X terhadap gerakan aktivisme digital #kaburajadulu.

Realitas yang telah mengalami proses objektivasi tersebut diserap kembali oleh individu untuk dijadikan bagian integral dari kesadaran serta kerangka kognitif mereka.

Stimulasi yang intensif melalui paparan konten dan imbauan aksi riil (*real-time action appeal*) di platform digital mengonstruksi persepsi pengguna mengenai aspek yang dinilai esensial, pantas, atau berharga dalam konstelasi kehidupan sosial. Internalisasi mewujudkan secara nyata saat warganet di platform X tidak lagi sekadar memandang konten berlabel #kaburajadulu sebagai arsip dokumentasi gerakan sosial biasa, melainkan menjadikannya sebagai instrumen atau kaca mata dalam menginterpretasikan realitas kehidupan sehari-hari.

Pada titik krusial inilah diferensiasi pola pikir, eskalasi rasa tanggung jawab, hingga motivasi untuk berpartisipasi dalam aksi konkret mulai terstimulasi. Melalui siklus ini, pengguna mengadopsi nilai serta norma yang dipromosikan ke dalam struktur kognitif maupun perilaku harian mereka. Akibatnya, realitas sosial yang awalnya dipabrikan melalui unggahan digital bertransformasi menjadi parameter utama dalam membentuk disposisi sikap dan identitas sosial para pengguna X dalam gerakan #kaburajadulu.

Melalui eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi yang dinamis, media sosial X mempercepat sekaligus memperkuat pembentukan realitas sosial. Fenomena ini didukung oleh adanya aktivisme digital #kaburajadulu, interaksi sosial, serta respons yang terjadi secara *real-time*. Akibatnya, realitas sosial dalam lanskap digital kini bersifat dinamis dan selalu dinegosiasikan lewat komunikasi yang intensif. Menggunakan sudut pandang konstruksi sosial atas realitas, penelitian ini bertujuan menganalisis proses pembentukan makna pada pengguna media sosial X, serta melihat bagaimana kesadaran yang terbangun dari hasil internalisasi yang terus berjalan.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA