

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan menjelaskan tentang teori atau bentuk komunikasi terkait dalam penelitian ini serta akan menggunakan studi literatur yang relevan yang digunakan sebagai pedoman dalam menyusun penelitian ini.

2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada kajian pustaka ini, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang relevan sehingga penulisan penelitian ini lebih memadai.

Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai subjek-subjek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah hal yang wajar dan untuk saling melengkapi.

Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Adapun ringkasan penelitian-penelitian relevan yang dijadikan sumber referensi terkait kajian dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.1
Studi Penelitian Terdahulu

Uraian	Nama Peneliti		
	Yudha Maulana (Skripsi)	Agustina A. Sugeha (Skripsi)	Fatimah Az Zahra (Skripsi)
Universitas	Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) 2013	Universitas Negeri Gorontalo (UNG) 2014	Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (UIN) 2018
Judul Penelitian	Makna Hijab di Kalangan Mahasiswi Muslim di Kota Bandung	Makna Jilbab Pada <i>Hijabers</i> Gorontalo	Fenomena Penggunaan Hijab Modis Dan Hijab Syar'i
Metode Penelitian	Pendekatan Kualitatif, Metode Studi Fenomenologi	Pendekatan Kualitatif, Metode Studi Fenomenologi	Pendekatan Kualitatif, Metode Studi Fenomenologi
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna hijab yang dimiliki oleh kalangan mahasiswi muslim di kota Bandung.	Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui makna jilbab dari perspektif hijabers Gorontalo dan identitas hijabers dari gaya berhijab yang sudah menjadi gaya hidup tersendiri bagi komunitas ini.	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan latar belakang dan menggambarkan pemaknaan penggunaan hijab modis dan hijab syar'i di kalangan mahasiswi Universitas Muslim Indonesia Makassar. dapat memberi kontribusi yang baik dan positif.
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa internalisasi pembentukan makna hijab tidak hanya dibentuk di dalam lingkungan rumah tetapi juga oleh ustad, guru pembimbing maupun kakak senior dalam	Hasil penelitian menunjukkan: (1). Makna jilbab dari anggota hijabers antara lain dengan memaknai jilbab dari kesadaran diri mereka, melalui pengalaman yang mereka alami dan menjadikan mereka untuk berpikir, berbuat atau	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena penggunaan hijab modis dan hijab syar'i didasarkan oleh suatu proses sosial dari perkembangan hijab di zaman modern, dan pemaknaan yang ditimbulkan dari fenomena tersebut adalah persepsi yang diberikan sebagaimana

Uraian	Nama Peneliti		
	Yudha Maulana (Skripsi)	Agustina A. Sugeha (Skripsi)	Fatimah Az Zahra (Skripsi)
	<p>organisasi, pada eksternalisasi mahasiswi muslim melakukan adaptasi terhadap lingkungannya dan terciptanya konsensus sosial, pada realitas subyektif mahasiswi muslim meyakini nilai manfaat dari penggunaan hijab dan menyatakan bahwa kehormatan perempuan tergantung pada pakaian yang mereka kenakan.</p>	<p>melakukan tindakan dengan berjilbab dan memaknai jilbab bukan hanya sekedar sebagai petunjuk jati diri sebagai wanita Islam, tetapi juga sebagai bentuk dari fashion baru dalam berpenampilan. Bukan hanya sebatas perintah agama, namun juga sebagai simbol wanita muslimah yang fashionable. (2). Hijabers Gorontalo mempunyai gaya hidup tersendiri, merujuk pada status dimana komunitas HG dilihat sebagai komunitas yang punya gaya tersendiri. Gaya dalam berpakaian ini khususnya menampakkan ciri komunitas yang berbeda dengan komunitas fashion style lainnya. Identitas sosial yang dibentuk komunitas HG adalah identitas diri dan identitas komunitas yang bersifat eksklusif. Image yang ditampakkan HG sebagai komunitas jilbab kontemporer yang menjadi patron</p>	<p>adanya diri interpreter. Mahasiswi pengguna hijab modis memaknai penggunaan hijabnya sebagai bentuk pencitraan diri yang cantik, menarik, serta bergaya keren mengikuti tren dan perkembangan zaman. Sementara mahasiswi pengguna hijab syar'ii memaknai penggunaan hijabnya sebagai bentuk pencitraan diri yang taat pada perintah Allah swt. serta menerima dan terbuka dengan perkembangan yang ada.</p>

Uraian	Nama Peneliti		
	Yudha Maulana (Skripsi)	Agustina A. Sugeha (Skripsi)	Fatimah Az Zahra (Skripsi)
		gaya berjilbab di Gorontalo.	
Perbedaan Penelitian	Pada penelitian yang dilakukan oleh Yudha berfokus kepada mahsiswi yang ada disekitar kota Bandung. Sedangkan peneliti berfokus kepada atlet tenis lapangan kota Bandung.	Penelitian yang dilakukan oleh Agustina cenderung berfokus kepada komunitas, sedangkan peneliti berfokus kepada individu dari atlet yang memaknai hijab sebagai <i>trend</i> ketika berolahraga.	Penelitian yang dilakukan oleh Fatimah dengan mengambil fenomena hijab modis dan syar'i, sedangkan peneliti hanya berfokus kepada hijab modis bagi para atlet tenis lapangan agar nyaman ketika digunakan.

2.1.2. Tinjauan Komunikasi

2.1.2.1. Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia dan merupakan sebuah aktivitas yang sangat berkaitan dengan hakekat manusia sebagai makhluk sosial. Bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi untuk mencapai tujuan bersama.

Manusia adalah makhluk sosial, manusia disebut makhluk sosial karena di dalam hidupnya saling membutuhkan satu sama lain. Antar manusia yang ada di lingkungan setiap harinya di lingkungan berinteraksi antar satu orang dengan orang lainnya, interaksi itu didukung dengan komunikasi dan dalam lingkungan sosialnya manusia tidak dapat lepas dari komunikasi. Komunikasi adalah suatu proses penyampain pesan (ide dan gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi

saling mempengaruhi diantara keduanya. Pada umumnya komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

Kata “komunikasi” berasal dari Bahasa Latin, *communic*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Stuart, 1983). Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi untuk membuat tahu untuk membuat sama; dan untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik. Sedangkan dalam kata benda (*noun*), *communication*, berarti: pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi proses pertukaran di antara individu-individu melalui sistem simbol-simbol yang sama seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan, dan ilmu pengetahuan tentang pengirim informasi. (Stuart dalam Vardiansyah, 2004:3)

Berbicara tentang pengertian komunikasi, tidak ada pengertian yang benar ataupun salah, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa pengertian tentang komunikasi terkadang terlalu sempit, seperti komunikasi adalah “penyampaian pesan”, ataupun terlalu luas, seperti “komunikasi adalah proses interaksi antara dua makhluk”, sehingga pelaku komunikasi tersebut dapat termasuk hewan, tumbuhan, bahkan jin. Sebagaimana dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Soreno dan Edward M. Bodaken, setidaknya ada tiga pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah,

komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. (Mulyana, 2002:60 dalam Rohim, 2009:9)

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna/pesan/informasi dari komunikator pada komunikan dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain, akan menjadi efektif apabila adanya umpan balik saat berkomunikasi, terutama komunikasi secara langsung atau tatap muka.

Gerald R. Miller, mengatakan komunikasi terjadi saat satu sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat sadar untuk memengaruhi perilaku mereka. Dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

Akan tetapi, seseorang seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function Of Communication In Society* Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut, *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect ?*

Paradigma Laswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni :

1. Komunikator (*comunicator, source, sender*)

Nama lain dari sumber adalah sender, communicator, speaker, encoder atau originator. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan bahkan negara.

2. Pesan (*message*)

Merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber (*source*). Menurut Rudolph F Verderber, pesan terdiri dari 3 komponen yaitu makna, simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk atau organisasi pesan.

3. Saluran (*channel, media*)

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dan cara penyajian pesan.

4. Komunikan (*communicant*)

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dan cara penyajian pesan.

5. Efek (*effect*)

Nama lain dari penerima adalah destination, communicate, decoder, audience, listener dan interpreter dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber. Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell

tersebut komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari; sebaliknya komunikasi akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol. (Effendy, 2011:11).

Komunikasi menjadi sangat penting bagi setiap individu. Perlu kita sadari, bahwa dengan komunikasi menjadikan kita menjadi orang yang mampu berinteraksi dan beradaptasi dengan orang lain. Karena itu lah kita hidup saling ketergantungan satu sama lainnya dan saling membutuhkan.

Dengan berkomunikasi akan memudahkan kita semua dalam hal mencari informasi, dan bahkan kita bisa bertukar pikiran dengan orang lain.

Karena itulah komunikasi, untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2.1.2.2. Tujuan Komunikasi

Setiap komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan. Kegiatan komunikasi yang manusia lakukan sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian. Berikut tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy:

1. Perubahan Sikap (*Attitude Change*)
2. Perubahan Pendapat (*Opinion Change*)
3. Perubahan Perilaku (*Behavior Change*)
4. Perubahan Sosial (*Social Change*)

Dari empat poin yang dikemukakan diatas tersebut oleh Onong Uchjana Effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun dalam bertindak.

2.1.2.3. Bentuk Komunikasi

Menurut Deddy Mulyana (2003 : 72-75) mengatakan, ada beberapa konteks komunikasi berdasarkan tingkatan (level), dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak.

1. Komunikasi Intrapribadi (Intrapersonal Communication)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua orang, tiga orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain orang biasanya berkomunikasi dengan diri sendiri, hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi orang dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi orang dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain

secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya.

3. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, dan lain sebagainya. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh kelompok kecil.

4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak dapat dikenali satu persatu. Ciri-ciri komunikasi publik adalah : terjadi ditempat umum (public), misalnya auditorium, kelas, tempat ibadah, atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang; merupakan peristiwa sosial yang biasanya telah direncanakan; terdapat agenda; beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan

sebagainya; acara-acara lain mungkin direncanakan sebelum dan/atau sesudah ceramah disampaikan pembicara. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi vertikal yang terdiri dari komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat.

6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak ataupun elektronik, yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khusus media elektronik).

Itulah, komunikasi yang memiliki peran penting. Dimana pun kita berada kita perlu berkomunikasi dengan baik, baik secara verbal maupun non verbal. Setiap komunikasi yang baik, itu dilihat dari bagaimana seseorang tersebut memaknai komunikasi sebagai sesuatu yang bernilai

penting bagi setiap individu maupun lembaga atau instansi dimana kita bekerja.

2.1.2.4. Fungsi Komunikasi

Berbicara mengenai fungsi komunikasi, Onong Uchjana Effendy, mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

1. Menginformasikan (*to inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*to educated*)

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan.

Dilihat dari fungsi dan keberadaanya di masyarakat, komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan, karena komunikasi akan selalu berada dalam kehidupan manusia sehari-hari.

2.1.2.5. Proses Komunikasi

Sebuah komunikasi tidak akan lepas dari sebuah proses, oleh karena itu apakah pesan dapat tersampaikan atau tidak tergantung dari proses komunikasi yang terjadi. Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap (Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano P, 2014:93)

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Yaitu proses penyampaian pikiran atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambing-lambang (symbol) sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasa yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain (apakah itu ide, informasi, atau opini baik mengenai hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan pada waktu yang lalu dan yang akan datang)

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Adalah proses penyampaian pesan oleh seorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasi karena

komunikasi sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh dan komunan yang banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televise, film dan masih banyak lagi media kedua yang sering digunakan sebagai media komunikasi (Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano P, 2014:95)

2.1.2.6. Unsur-unsur Komunikasi Komunikasi

Harold Laswell dalam Mulyana, mengemukakan rumusan komunikasi dari unsur- unsur komunikasi itu sendiri, yaitu :

- Who, (unsur komunikator yang menyampaikan pesan/informasi)
- Says What, (unsur message atau isi pesan yang dikomunikasikan)
- In Which Channel, (unsur alat-alat komunikasi atau media yang digunakan)
- To Whom, (unsur audience/komunan yaitu penerima komunikasi)
- With What Effect, (unsur pengaruh yang ditimbulkan komunikasi) (Mulyana 2001:62)

Mengacu kepada pendapat Laswell tersebut, maka sedikitnya terdapat tiga komponen pokok dalam proses komunikasi, yaitu : *komunikator, pesan, dan komunikan.*

Paradigma Laswell diatas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

1. Komunikator : orang yang menyampaikan mengatakan, atau meniatkan pesan-pesan baik secara lisan maupun tulisan. dalam hal ini komunikator melihat dan menganalisa faktor yang memprakasai dan membimbing kegiatan komunikasi.
2. Pesan : ide, informasi, opini yang dinyatakan sebagai isi pesan dengan menggunakan simbol atau lambang yang berarti.
3. Media : alat yang dipergunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan lebih mudah untuk diterima dan dipahami, biasanya komunikator menggunakan pers, radio, televisi, dan lain-lain.

4. Komunikasikan : orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan. Untuk itu seorang komunikator harus mengetahui betul sifat dan kondisi komunikan dimanapun berada.
5. Efek : pengaruh kegiatan komunikasi yang dilakukan komunikator kepada komunikan, sehingga terlihat adanya perubahan yang terjadi dalam diri komunikan.
(Mulyana 2001:63)

Melihat pernyataan diatas, komunikasi dapat disimpulkan ketika seseorang menyampaikan sebuah pesan secara lisan maupun tulisan, sebagai penyampaian informasi dan ide bagi seseorang dengan adanya media lebih mudah untuk diterima dan dipahami, sehingga seseorang akan lebih paham akan pesan yang disampaikan.

2.1.2.7 Konteks Komunikasi

Deddy Mulyana dalam bukunya “Ilmu Komunikasi suatu Pengantar” mengatakan bahwa komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa sosial, melainkan dalam konteks dan situasi tertentu. Secara luas konteks disini berarti semua faktor diluar orang yang berkomunikasi. Yang terdiri dari:

1. Aspek bersifat fisik seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan.
2. Aspek psikologis, seperti : sikap, kecenderungan, rasangka, dan emosi para peserta komunikasi.
3. Aspek sosial, seperti : norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya
4. Aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam) (Mulyana, 2001:69)

Oleh karena itu, komunikasi bisa membentuk karakter seseorang, dan saling mempengaruhi satu sama lainnya ketika bertukar informasi di sekelompok masyarakat.

2.1.2.8 Konseptualisasi Komunikasi

Sebagaimana dikemukakan oleh John R. Wenburg, William W. Wilmot, Kenneth K. Sereno juga Edward M. Bodaken yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”, setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni :

1. Komunikasi sebagai tindakan satu-arah
2. Komunikasi sebagai interaksi,
3. Komunikasi sebagai transaksi (Mulyana, 2001 : 61)

Komunikasi sebagai tindakan satu-arah, Komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang atau lembaga dari seseorang (sekelompok orang), baik interpersonal (langsung) maupun melalui media, komunikasi dianggap suatu proses linier yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada penerima, sasaran atau tujuannya.

Komunikasi sebagai interaksi, Pandangan ini menyetarakan komunikasi sebagai proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Tetapi tidak semua respon penerima adalah umpan balik. Suatu pesan disebut umpan balik bila hal itu merupakan respons terhadap pesan pengirim.

Komunikasi sebagai transaksi, Komunikasi tidak membatasi kita pada komunikasi disengaja atau respons yang diamati, artinya komunikasi terjadi apakah para pelakunya menyengaja atau tidak, semuanya mengirimkan sejenis pesan.

2.1.2.9 Prinsip Komunikasi

Seperti fungsi dan definisi komunikasi, prinsip –prinsip komunikasi juga diuraikan dengan berbagai cara oleh para pakar komunikasi. Dengan mengacu kepada pandangan para ahli Deddy Mulyana membuat prinsip – prinsip komunikasi dalam bukunya Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar (2001), prinsip – prinsip tersebut yaitu :

1. Komunikasi adalah suatu proses simbolik.
 2. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi.
 3. Komunikasi punya dimensi isi dan dimensi hubungan.
 4. Komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan.
 5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu.
 6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi.
 7. Komunikasi itu bersifat sistemik.
 8. Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah komunikasi.
 9. Komunikasi bersifat nonsekuensial.
 10. Komunikasi bersifat prosedural, dinamis dan transaksional.
- (Mulyana, 2001 : 53)

Melihat prinsip komunikasi diatas, kita bisa memahami komunikasi sebagai suatu proses, yang memiliki makna tersendiri. Dalam setiap proses komunikasi, setidaknya melibatkan beberapa komponen komunikasi yang pada dasarnya merupakan penjabaran lebih jauh dari definisi atau hakikat komunikasi.

2.1.3. Tinjauan tentang Komunikasi Antarpribadi

2.1.3.1. Definisi Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini bisa berlangsung secara berhadapan muka (face to face) bisa juga melalui sebuah medium, umpamanya telepon. Ciri khas komunikasi antarpribadi ini adalah sifatnya yang dua arah atau timbal balik. (Effendy, 1986:50) adapun pengertian komunikasi antarpribadi yang diungkapkan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book* bahwa :

“Komunikasi antarpribadi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antar dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika”. (1984:4)

Menurut Vandebber, komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses interaksi dan pembagian makna yang terkandung dalam gagasan atau perasaan. (Liliweri, 1984:9) Effendy mengemukakan juga bahwa :

“Pada hakikatnya komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar seorang komunikator dengan komunikan”. (Liliweri, 1997:12)

Pada dasarnya komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh komunikator mempunyai tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikan dengan cara mengirimkan pesan dan prosesnya yang dialogis. Seperti yang telah dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa:

“Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan.

Alasannya adalah karena komunikasi antarpribadi umumnya berlangsung secara tatap muka (face to face). Antara komunikator dan komunikan saling bertatap muka, maka terjadilah kontak pribadi (personal contact). Ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, umpan balik berlangsung seketika dan komunikator mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan". (1993:61)

Oleh karena itu, komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi antarpribadi sangatlah diperlukan bagi setiap orang sebagai upaya terjadinya konflik, karena untuk melakukan komunikasi dengan baik dengan mengetahui situasi dan kondisi lawan bicara kita

2.1.3.2. Faktor yang Memengaruhi Komunikasi Antar Pribadi

Setiap kegiatan yang dijalankan oleh manusia dikarenakan timbul faktor-faktor yang mendorong manusia tersebut untuk melakukan suatu pekerjaan. Begitu pula dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat, didorong oleh faktor-faktor tertentu. Mengapa manusia ingin melaksanakan komunikasi dengan yang lainnya, khususnya jenis komunikasi antarpribadi yang sifatnya langsung dan tatap muka antar pihak yang melaksanakan kegiatan komunikasi tersebut.

Cassagrande berpendapat, manusia berkomunikasi karena:

1. Memerlukan orang lain untuk saling mengisi kekurangan dan membagi kebahagiaan.
2. Dia ingin terlibat dalam proses perubahan.
3. Dia ingin berinteraksi hari ini dan memahami pengalaman masa lalu, dan mengantisipasi masa depan.

4. Dia ingin menciptakan hubungan baru. (Liliwari, 197:45)

Setiap orang selalu berusaha untuk melengkapi kekurangan atas perbedaan-perbedaan yang dia miliki. Perubahan tersebut terus berlangsung seiring dengan perubahan masyarakat. Manusia mencatat berbagai pengalaman relasi dengan orang lain di masa lalu, memperkirakan apakah komunikasi yang dia lakukan masih relevan untuk memenuhi kebutuhan di masa datang. Jadi, minat komunikasi antarpribadi didorong oleh pemenuhan kebutuhan yang belum atau bahkan tidak dimiliki oleh manusia. Setiap manusia mempunyai motif yang mendorong dia untuk berusaha memenuhi kebutuhannya.

2.1.3.3. Jenis-jenis Komunikasi Antarpribadi

Seperti komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi pun mempunyai jenis-jenisnya yang berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain. Menurut Onong Uchjana Effendy bahwa “Secara teoritis komunikasi antarpribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yakni:

1. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

Komunikasi diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung antar dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi yang menerima pesan. Oleh karena pelaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens, komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada diri komunikan itu.

2. Komunikasi Triadik (*Triadic Communication*)

Adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi triadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, Karena komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai frame of reference komunikan, sepenuhnya juga umpan balik yang berlangsung, merupakan kedua *factor* yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi. (Effendy, 1993:62)

2.1.4. Tinjauan Komunikasi Artifaktual

Umberto Eco mengatakan “*I Speak Through My Cloth*”. Pakaian yang kita gunakan menceritakan siapa diri kita, orang lain yang melihat diri kita akan menafsirkan penampilan kita karena seolah-olah kita membuat suatu kesan. Karena fashion atau pakaian yang kita kenakan menyampaikan pesan-pesan nonverbal (Barnard, 2011). Komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian, dan penataan pelbagai artefak lainnya, misalnya, pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing baju atau furniture di rumah dan penataanya, ataupun dekorasi ruangan.

Pakaian yang kita pakai juga menampilkan pelbagai fungsi Pakaiabisa melindungi kita dari cuaca buruk atau dalam olahraga tertentu dari kemungkinan cedera. Pakaian juga membantu kita menyembunyikan bagian-bagian tertentu dari tubuh kita dan karenanya pakaian memiliki suatu fungsi kesopanan (*modesty function*), pakaian juga menampilkan peran sebagai pajangan budaya (*cultural function*), pakaian juga menampilkan peran sebagai pajangan budaya (*cultural*

display) karena ia mengkomunikasikan afiliasi budaya kita, mengenali negara atau daerah asal-usul seseorang dari pakaian yang mereka kenakan. (Barnard, 2011). Selain itu orang membuat kesimpulan mengenai seorang individu juga melalui apa yang individu tersebut pakai – setidaknya- memengaruhi pikiran orang tentang individu tersebut. selain itu pakaian juga mencerminkan bagaimana kelas sosial, keseriusan, sikap, afiliasi politik, agama yang diyakini, kreatifitas maupun keeleganan seorang individu.

2.1.5. Tinjauan Tentang Simbol

Simbol atau Lambang adalah sesuatu yang di gunakan untuk menunjuk sesuatu yang lainnya, berdasarkan kesepakatan sekelompok orang. Simbol meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal, dan objek yang maknanya di sepakati bersama. Lambang atau Simbol adalah salah satu kategori tanda. (Mulyana, 2001)

Hubungan tanda dengan objek dapat juga direpresentasikan oleh ikon dan indeks, namun ikon dan indeks tidak memerlukan kesepakatan. Lambang atau Simbol mempunyai beberapa sifat seperti berikut :

1. Simbol bersifat sebarang, manasuka, atau sewenang-wenang. Artinya, apa saja bisa di jadikan Lambang atau simbol, bergantung pada kesepakatan bersama.
2. Simbol pada dasarnya tidak mempunyai makna ; kitalah yang memberi makna pada simbol atau lambang. Artinya, makna sebenarnya ada dalam kepala kita, bukan terletak pada lambang itu sendiri.

3. Simbol itu bervariasi. Artinya, simbol atau lambang itu bervariasi dari suatu Budaya ke budaya lain, dari suatu tempat ke konteks waktu lain. Begitu juga dengan makna yang di berikan kepada lambang tersebut.

(Mulyana, 2007: 92)

Oleh karena itu, simbol atau lambang merupakan sesuatu yang digunakan oleh seseorang untuk menunjuk atau memberikan informasi yang sudah disepakati sekelompok orang. Tentunya, simbol atau lambang memiliki makna atau arti tersendiri bagi sekelompok orang yang dianggap lebih praktis untuk menyampaikan komunikasi.

2.1.6. Tinjauan tentang Atlet

Atlet atau olahragawan adalah seseorang yang mahir dalam olahraga dan bentuk lain dari latihan fisik. Atlet adalah olahragawan, terutama yang mengikuti perlombaan atau pertandingan (kekuatan, ketangkasan, dan kecepatan). Dalam beberapa cabang olahraga tertentu, atlet harus mempunyai kemampuan fisik yang lebih tinggi dari rata-rata. Seringkali kata ini digunakan untuk merujuk secara spesifik kepada peserta.

Atlet pun individu yang memiliki keunikan dan memiliki bakat tersendiri lalu memiliki pola perilaku dan juga keperibadia tersendiri serta memiliki latar belakang kehidupan yang mempengaruhi secara spesifik pada dirinya. Rusdianto (Dalam Saputro, 2014).

Inividu yang terlibat dalam atkivitas olahraga dengan memiliki prestasi di bidang olahraga tersebut dapat dikatakan bahwa individu itulah yang dimaksud dengan atlet. Satiadarma (Dalam Yuwanto & Sutanto, 2012).

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa atlet adalah individu yang terlatih, memiliki keunikan, dan juga memiliki bakat dalam bidang olahraga yang terlatih dalam cabang olahraga.

Dalam cabang olahraga pun, banyak sekali jenis olahraganya. Sala satunya adalah tenis lapangan merupakan sebuah permainan atau olahraga dengan menggunakan raket sebagai alat pemukul bola melewati net. Dan memantulkan bola sehingga lawan tidak dapat mengembalikan bola tersebut. Tenis juga merupakan sebuah cabang olahraga yang dapat dimaninkan secara individu atau ganda. Serta lapangannya pun dapat berubah sesuai dengan jumlah pemainnya. Tenis lapangan merupakan salah satu olahraga yang sangat diakui oleh dunia.

Di Indonesia sendiri, atlet tenis lapangan wanita muslim ini sudah jarang ditemukan. Sebagian dari mereka memilih untuk belum menggunakan hijab sebagai pakaian ketika bertanding maupun ketika berlatih. Namun, semua itu tidak dijadikan alasan untuk mencari prestasi. Apapun yang mereka kenakan itu, kembali kepada diri masing-masing yang terpenting adalah bagaimana mereka bisa menghasilkan prestasi yang bisa membawa nama negara dan daerah kebanggaan masing-masing.

2.1.7 Tinjauan tentang Wanita Muslim

Wanita diciptakan dengan tabiat cinta berhias, berdandan, dan indah dalam berpakaian dan lain-lain. Namun Islam mengatur semua itu dengan porsi tertentu dipergunakan pada tempat serta situasi tertentu. Kenyataan di masyarakat adalah lebih banyak wanita yang menghamburkan uang untuk kepentingan pakaiannya, perhiasan, alat-alat kecantikan, rambut dan hiasanhiasan remeh dan berlebihan lainnya. Padahal semuanya tidak akan menambah kemajuan perekonomian dan tidak akan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bahkan sebaliknya dapat menambah beban masyarakat jika dilakukan tidak menurut aturan Islam.

Meskipun pemakai busana muslimah sekarang ini sudah banyak dijumpai, yang seharusnya sesuai dengan syar'i, yaitu seorang wanita muslim seharusnya mengenakan pakaian yang longgar, tidak terlalu ketat, berpakaian tidak tembus pandang, dan sebagainya. Namun masih banyak yang jauh dari standar syar'i misalnya:

- Pakaian yang dikenakan terlalu ketat, sehingga lekuk tubuhnya kelihatan.
- Bahan pakaian yang dikenakan terlalu tipis.
- Mengenakan kudung gaul, dan lain sebagainya.

Allah SWT juga memerintahkan kaum wanita untuk menggunakan hijab. Jika menyinggung soal pakaian hal ini memang tidak bisa dipisahkan dari pergaulan hidup sehari-hari dalam masyarakat. Karena persoalan pakaian dan pergaulan ini merupakan salah satu pembeda yang sangat pokok antara manusia dan hewan. Selain itu juga menjadi tanda adanya peradaban dan kemajuan. Wanita muslimah

dilarang ber-tabarruj (memamerkan aurat). Didalamnya termasuk pula larangan untuk mengenakan pakaian yang mencolok atau menarik perhatian dengan tujuan memamerkan diri. Rasulullah SAW bersabda:

”Perempuan adalah aurat. Apabila keluar, setan akan membuatnya tampak menggairahkan.” (HR. Turmuzi)

Maksudnya adalah bahwa wanita harus menutupi auratnya. Setiap wanita diwajibkan menutup seluruh tubuhnya (kecuali muka dan telapak tangan) dari pandangan laki-laki bukan muhrim.

2.1.8 Tinjauan Tentang Makna

Langer (Morrisan, 2013) memandang “makna” sebagai suatu hubunganyang kompleks di antara simbol, objek dan orang. Jadi makna terdiri atas aspek logis dan aspek psikologis. Aspek logis adalah hubungan antara simbol dan referennya, yang oleh Langer dinamakan “denotasi”, adapun aspek atau makna psikologis adalah hubungan antara simbol dan orang, yang disebut “konotasi”.

Morrisan mengatakan jika anda mengatakan, “jaket adalah busana yang dipakai saat cuaca dingin atau hujan,” maka anda tengah menyatakan aspek logis dari simbol jaket. Morrisan melanjutkan apabila anda mengatakan “saya tidak suka menggunakan jaket karena gerah atau panas” maka anda tengah menyatakan makna psikologis atau konotasi yang merupakan hubungan yang lebih kompleks antara diri anda dan simbol yang bersangkutan. Sebagai contoh lain adalah saat kita memaknai seekor anjing, makna yang ditimbulkan akan berbeda, bila mereka yang menyukai anjing maka mereka akan berkata bahwa anjing adalah makhluk yang menggemaskan, tetapi bandingkan dengan mereka yang trauma dan pernah digigit anjing.

2.1.9 Tinjauan tentang Identitas Sosial

Berawal dari kehidupan kita, setiap orang mulai memiliki pandangan tentang siapa kita, termasuk apakah kita harus melabel diri sebagai Awal dari kehidupan kita, setiap orang mulai memiliki pandangan tentang siapa kita, termasuk apakah kita harus melabel diri sebagai “perempuan” atau “laki-laki”. Dengan kata lain, setiap orang membangun sebuah identitas sosial (social identity), sebuah identitas diri yang memandu bagaimana kita mengonseptualisasi dan mengevaluasi diri sendiri (Deaux, 1993).

Identitas sosial mencakup banyak karakteristik unik, seperti nama seseorang dan konsep diri, selain banyak karakteristik lainnya yang serupa dengan orang lain (Sherman, 1994). Menyusul aspek yang telah disebutkan diatas, ada pula gender, hubungan interpersonal kita (anak perempuan, anak laki-laki, pasangan, orang tua, dan sebagainya); afiliasi politik atau ideologi (feminis, pecinta lingkungan, democrat, republican, vegetarian, dan sebagainya); atribut khusus (homoseksual, cerdas, keterbelakangan mental, pendek, tampan, dan sebagainya); dan afiliasi etnis atau religious (Katolik, Orang Selatan, Hispanik, Yahudi, warga Kulit Hitam, Muslim, Atheis, Hick, dan sebagainya) (deaux dkk, 1995).

Dalam hal ini, identitas sosial dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu atas dasar identitas sosial yang mereka miliki. Jika kita memiliki banyak peran, maka kita memiliki banyak identitas. Perilaku kita dalam suatu bentuk interaksi, dipengaruhi oleh harapan peran dan identitas diri kita, begitu juga perilaku pihak yang berinteraksi dengan kita. Tak terkecuali di dalam suatu kelompok .

2.1.10 Tinjauan tentang Aktualisasi Diri

Aktualisasi diri adalah kebutuhan naluriah pada manusia untuk melakukan yang terbaik dari yang dia bisa. Maslow dalam (Arinato, 2009), menyatakan aktualisasi diri adalah proses menjadi diri sendiri dan mengembangkan sifat-sifat dan potensi psikologis yang unik. Aktualisasi diri akan dibantu atau dihalangi oleh pengalaman dan oleh belajar khususnya dalam masa anak-anak. Aktualisasi diri akan berubah sejalan dengan perkembangan hidup seseorang. Ketika mencapai usia tertentu (adolensi) seseorang akan mengalami pergeseran aktualisasi diri dari fisiologis ke psikologis (Arianto, 2009).

2.1.11 Tinjauan tentang Adaptasi Sosial

Adaptasi sosial adalah salah satu bentuk penyesuaian diri dalam lingkungan sosial. Adaptasi adalah suatu penyesuaian pribadi terhadap lingkungan. Penyesuaian ini dapat berarti mengubah diri pribadi sesuai dengan keadaan lingkungan, jadi dapat berarti mengubah lingkungan sesuai dengan keadaan pribadi (Gerungan, 1991:14). Menurut Suparlan, adaptasi itu sendiri pada hakekatnya adalah suatu proses untuk memenuhi syarat-syarat dasar untuk tetap melangsungkan kehidupan.

Dalam proses kehidupan manusia sebagai anggota masyarakat, individu tidak dapat begitu saja untuk melakukan tindakan yang dianggap sesuai dengan dirinya, karena individu tersebut mempunyai lingkungan diluar dirinya, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Dan lingkungan ini mempunyai aturan dan norma-norma yang membatasi tingkah laku individu tersebut dapat disimpulkan bahwa adaptasi merupakan proses penyesuaian. Penyesuaian dari

individu, kelompok maupun unit sosial terhadap norma-norma, proses perubahan, ataupun suatu kondisi yang diciptakan.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (*mind mapping*) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya sub-fokus penelitian, serta adanya landasan teori sebagai penguat peneliti.

Dalam setiap situasi fenomenologis, waktu dan historis yang secara unik menempatkan individu, kita memiliki dan menerapkan persediaan pengetahuan (*stock knowledge*) yang terdiri dari semua fakta, kepercayaan, keinginan, prasangka dan aturan yang kita pelajari dari pengalaman pribadi dan pengetahuan yang tersedia bagi kita di dunia yang kedalamnya kita lahir.

Di dalam penelitian ini peneliti berusaha mengungkapkan makna mengenai hijab yang dimiliki oleh kalangan atlet tenis lapang di kota Bandung. Pemaknaan yang diberikan oleh mereka terhadap hijab dipahami sebagai tolak ukur dalam mengaplikasikan apa yang menjadi nilai dan pandangan terhadap makna hijab yang mereka miliki.

Untuk memperoleh hasil konstruksi dari makna hijab di kalangan atlet di kota Bandung yang bersifat intersubjektif. Penelitian ini menggunakan subfokus internalisasi, eksternalisasi dan realitas subyektif.

Internalisasi dipahami sebagai proses pengenalan dan penyerapan nilai-nilai objektif, melalui proses internalisasi, inilah orang menjadi anggota masyarakat dengan mengetahui nilai-nilai dan peranan yang berada di dalam masyarakat. dalam tradisi psikologi sosial, Berger dan Luckman (1966) sebagaimana dikutip oleh Margaret Poloma menguraikan :

Sosialisasi primer sebagai sosialisasi awal yang dialami individu di masa kecil, disaat mana dia diperkenalkan pada dunia sosial obyektif. Individu berhadapan dengan orang lain yang cukup berpengaruh (orang tua atau pengganti orang tua), dan bertanggung jawab terhadap sosialisasi anak. Batasan realitas yang berasal dari orang lain yang cukup berpengaruh itu dianggap oleh si anak sebagai realitas obyektif. (Margaret, 1979 : 304)

Karena relitas yang ada tidak mungkin diserap dengan sempurna maka si anak akan menginternalisir penafsiran terhadap realitas tersebut. setiap orang memiliki “versi” realitas yang dianggapnya sebagai cermin dari dunia obyektif. Dengan demikian Berger dan Luckmann menekankan eksistensi realitas sosial berganda. Berger dan Luckmann (1966) menyatakan :

Realitas obyektif dapat langsung diterjemahkan ke dalam realitas subyektif, dan begitu pula sebaliknya. Menurut mereka realitas subyektif dan obyektif memang bersesuaian satu sama lain, tetapi selalu ada realitas yang “lebih” obyektif yang dapat diinternalisir oleh seorang individu saja (Margaret, 1979 : 305)

Yang dapat kita simpulkan bahwa seorang individu memiliki realitas “subyektif” yang tentunya berbeda dengan individu lainnya walau sama-sama memahami realitas obyektif yang sama.

Eksternalisasi, merupakan proses dimana semua manusia yang menyerap sosialisasi dan secara bersama-sama membentuk realitas baru dan individu menyesuaikan dirinya didalam konteks sosial.

“Pengetahuan” adalah kepastian bahwa fenomena – fenomena itu nyata (real) dan memiliki karakteristik – karakteristik yang spesifik. Kenyataan sosial adalah hasil (*eksternalisasi*) dan *internalisasi* dan obyektivikasi manusia terhadap pengetahuan – dalam kehidupan sehari-hari- ata secara sederhana, eksternalisasi dipengaruhi oleh *stock of knowledge* yang dimilikinya. Cadangan sosial pengetahuan adalah akumulasi dari *common sense knowledge*.

Terbentuknya realitas obyektif bisa melalui legitimasi. Legitimasi merupakan obyektivikasi makna, karena selain menyangkut penjelasan juga mencakup nilai – nilai. Legitimasi berfungsi untuk membuat obyektivikasi yang sudah melembaga menjadi masuk akal secara subyektif.

Menurut Peter Berger dan Luckmann (1979) di sisi sebaliknya, masyarakat yaitu individu- individu sebagai realitas subyektif menafsirkan realitas obyektif melalui proses internalisasi. Internalisasi berlangsung seumur hidup seorang individu dengan melakukan sosialisasi, sambil ia menyumbang pada eksternalisasi. Individu berupaya memahami definisi “realitas obyektif”; namun lebih dari itu, ia turut mengkonstruksi pengetahuan bersama. Jadi, individu adalah aktor yang aktif sebagai pembentuk, pemelihara, sekaligus perubah masyarakat.

Adapun landasan teori yang relevan di dalam kerangka berpikir peneliti diantaranya Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti “menampak”. Fenomena adalah fakta yang disadari, dan masuk ke dalam pemahaman manusia (Kuswarno, 2009). Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek.

Menurut *The Oxford English Dictionary*, (Kuswarno, 2009:1) yang dimaksud dengan fenomenologi adalah (a) *the science of phenomena as distinct from being* dan (b) *division of any science which describes and classifies its phenomena*. Fenomenologi adalah suatu ilmu mengenai fenomena yang menjelaskan dan mengklasifikasikan fenomena, atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari fenomena yang tampak di depan kita, dan bagaimana penampakkannya.

Fenomenologi menggunakan pengalaman langsung sebagai cara untuk memahami dunia. Orang mengetahui pengalaman atau peristiwa dengan cara mengujinya secara sadar melalui perasaan dan persepsi yang dimiliki orang yang bersangkutan (Morrisan, 2013). Maurice Merleau-Ponty, salah seorang pendukung tradisi ini, menulis :

“All my knowledge of the world, even my scientific knowledge, is gained from my own particular point of view, or from some experience of the world.” (Morrisan, 2013 : 39)

(Semua pengetahuanku mengenai dunia bahkan kepada pengetahuan ilmiahku, didapatkan dari sudut pandangku sendiri atau dari beberapa pengalaman tentang dunia)

Menurut Koeswarno (2009) Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran dan tindakan. Seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita dapat kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktifitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.

Kata fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas. Apa yang diketahui seseorang adalah apa yang dialaminya. Jika anda ingin mengetahui apakah itu “cinta” maka anda tidak akan bertanya kepada orang lain tetapi anda langsung memahami cinta dari pengalaman langsung anda sendiri. Stanley Deetz mengemukakan tiga dasar prinsip Fenomenologi :

1. Pertama, pengetahuan adalah kesadaran. Pengetahuan tidak dapat disimpulkan dari pengalaman namun diteumkan secara langsung dari pengalaman sadar.
2. Kedua, makna dari sesuatu terdiri atas potensi sesuatu itu pada hidup seseorang. Dengan kata lain, bagaimana anda memandang suatu objek tergantung pada makna objek itu bagi anda.
3. Ketiga, bahasa adalah “kendaraan” makna (vehicle meaning). Kita mendapatkan pengalaman melalui bahasa yang digunakan untuk mendefinisikan dan menjelaskan dunia kita. Kita mengetahui suatu objek misalnya “kuda” melalui berbagai label yang dimilikinya seperti “hewan”, “lari”, “gagah”, “cepat” dan seterusnya.
(Morrisan, 2013 : 39)

Proses interpretasi merupakan hal yang sangat penting dan sentral dalam fenomenologi. Interpretasi adalah proses aktif pemberian makna dari suatu

pengalaman. Interpretasi adalah sumber aktif dari pikiran, yaitu tindakan kreatif dalam memperjelas pengalaman personal seseorang. Menurut pemikiran fenomenologi orang yang melakukan interpretasi (*interpreter*), mengalami suatu peristiwa atau situasi dan ia akan memberikan makna kepada setiap peristiwa atau situasi yang dialaminya.

Kondisi ini akan terus berlangsung terus menerus (bolak-balik) antara pengalaman dan pemberian makna. Setiap pengalaman baru akan memberikan makna baru bagi dirinya begitu seterusnya (Morrison, 2013). Dengan demikian makna tersebut yang diinterpretasi oleh individu akan berubah terus menerus sepanjang hidupnya seiring dengan setiap pengalaman baru yang ditemui oleh individu tersebut dan makna yang diberikannya terhadap pengalaman baru tersebut.

Dalam sejarah dan perkembangannya, fenomenologi adalah hasil refleksi pemikiran filosofis dari Edmund Husserl di Jerman pada sekitar tahun 1890-an usia Husserl sendiri mencapai seabad lebih. Menurut Denzin (1994 : 7 dalam Salim, 2005 : 168) pada saat itu tradisi penelitian kualitatif masih terus berkembang sampai masa Perang Dunia I. sekitar tahun 1920 fenomenologi digunakan di Polandia dan Amerika Serikat di dalam penelitian di bidang komunikasi (yang disebut juga simbolisme), pendidikan, musik, dan agama yang kemudian menurut Malinowski merambah ke dunia teater, kesusasteraan dan arsitektur.

Seusai Perang Dunia ke II fenomenologi menyebar ke bidang *ethnicity*, film, gender dan ilmu politik. Di dalam pendekatan *interpretative - practice*. Alfred Schutz menjadi tokoh kunci yang menjembatani fenomenologi sosial dengan fenomenologi filsafat dengan Husserl. Pada pendekatan ini, Schutz menyatakan

bahwa subjektifitas membuat objek menjadi bermakna, subjektivitas dipandang sebagai titik kunci untuk membuat objek menjadi bermakna, di situlah metode kualitatif mulai menunjukkan bentuknya sehingga kemudian dapat digunakan sebagai metode penelitian. Di dalamnya oeriset menggunakan teori *interpretative* (fenomenologi, etnometodologi, *critical theory*, dan feminisim).

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga data memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketiak mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi tingkah laku.

Dalam pandangan Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial.

Fenomenologi Schutz dalam intersubjektifitas (anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia mereka yang mereka internalisasi melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi yang perlu diperhatikan (a) Situasi (konteks ruang, waktu dan historis). (b). tipikasi (atau penkhasan : mitos, pengetahuan, budaya, dan common sense), (c) motif (motif supaya dan motif karena).

Setelah Schutz kemudian muncul Peter Berger, seorang tokoh yang dikenal dengan pemikirannya mengenai konstruksi realitas secara sosial (Kuswarno, 2009).

Koreksi Berger terhadap fenomenologi Schutz adalah bahwa Schutz terlalu memaksakan sektor kehidupan keseharian yang bersifat rutinitas dalam kajian terbatas. Dengan demikian makna kajiannya hanya memberikan makna yang sangat dangkal, karena akal sehat kehidupan keseharian merupakan pengetahuan yang dianggap telah memadai atau valid. Pemikiran Berger sejalan dengan pemikiran Weber, bahwa :

“Pemahaman tindakan seseorang itu tidak hanya berasal dari pengaruh dalam dirinya sendiri, akan tetapi produk dari kesadarannya terhadap orang lain.” (Kuswarno, 2009 : 20)

Seseorang akan memahami tindakannya sendiri yang terdiri dari semua fakta, kepercayaan, keinginan, prasangka, dan aturan yang kita pelajari dari pengalaman pribadi dan pengetahuan.

2.2.1 Interaksionisme Simbolik

Bogdan dan Taylor mengatakan bahwa dua pendekatan utama dalam tradisi fenomenologis adalah interaksionisme simbolik dan etnometodologi. (Mulyana, 2010 : 59). Maurice Natson (1963) menggunakan istilah fenomenologis sebagai suatu istilah generik untuk merujuk kepada semua pandangan ilmu sosial yang menganggap kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial (dalam Mulyana, 2010 : 59).

Interaksionisme merupakan pandangan terhadap realitas sosial yang muncul pada akhir decade 1960-an dan awal decade 1970, tetapi para pakar beranggapan bahwa pandangan tersebut tidak bisa dikatakan baru. Stephen W. Littlejohn dalam bukunya *“Theories of Human Communication”* mengatakan bahwa yang memberikan dasar adalah George Herbert Mead, Herbert Blummer, Manford Kuhn,

Kenneth Burke, dan Hugh Duncan. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Sedangkan menurut Becker dkk mengenai perspektif interaksi simbolik.

Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka (Mulyana 2008 : 70)

Menurut teoritisi interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol. Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang menginterpretasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya, dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi social.

Penganut interaksionisme simbolik berpandangan, perilaku manusia pada dasarnya adalah produk dari interpretasi mereka atas dunia disekeliling mereka.

Menurut Rose Secara ringkas, interaksi simbolik didasarkan premis-premis berikut:

1. Individu merespons suatu situasi simbolik. Mereka merespons lingkungan, termasuk objek fisik, (benda) dan objek social (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. (Mulyana, 2010 : 71)

Ketika mereka menghadapi suatu situasi, respons mereka tidak bersifat mekanis, tidak pula ditentukan oleh factor-faktor eksternal, alih-alih respons mereka bergantung pada bagaimana mereka mendefinisikan situasi yang

dihadapi dalam interaksi sosial. jadi, individu adalah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.

2. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. (Mulyana, 2010 : 72)

Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu), namun juga gagasan yang abstrak. Akan tetapi nama atau simbol yang digunakan untuk menandai objek, tindakan, peristiwa atau gagasan itu bersifat arbitrer (sembarang). Artinya, apa saja dijadikan bisa simbol dan karena itu tidak ada hubungan logis.

Melalui penggunaan simbol itulah manusia dapat berbagi pengalaman dan pengetahuan tentang dunia.

3. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. (Mulyana, 2010 : 72)

Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

Adapun konsep *Mind, Self, Society* yang terdapat tiga konsep penting dalam teori yang dikemukakan Mead yaitu *mind* (pikiran), *self* (diri), dan *society* (masyarakat). ketiga konsep tersebut memiliki aspek-aspek yang berbeda namun berasal dari proses umum yang sama yang disebut “tindakan sosial” (*social act*), yaitu suatu unit tingkah laku lengkap yang tidak dapat dianalisis kedalam sub bagian tertentu (Morrison, 2013).

Dalam bentuknya yang paling dasar suatu tindakan sosial melibatkan hubungan tiga pihak, pertama, adanya isyarat awal dari gerak atau isyarat tubuh (*gesture*), dan adanya terhadap isyarat itu oleh orang lain dan adanya hasil. Hasil adalah apa yang makna tindakan bagi komunikator. Makna tidak semata - mata berada pada salah satu dari ketiga hal itu. Bahkan tindakan yang dilakukan sendiri pun, merupakan suatu bentuk interaksi karena tindakan tersebut didasarkan atas isyarat tubuh dan tanggapan yang terjadi berulang kali di masa lalu dan terus berlanjut hingga kini di dalam pikiran individu tersebut.

Hubungan yang saling terkait (*interlinkage*) dalam tindakan bersama (*joint actoni*) sering dipahami oleh para sarjana sebagai bentuk mapan dari struktur sosial karena makna pola –pola yang diulang – ulang dan juga karena maknanya tidak berubah – ubah,. Blummer mengingatkan bahawa situasi baru dapat menghasilkan masalah yang membutuhkan penyesuaian dan definisi atau makna baru terhadap suatu pola tindakan.

Masyarakat (*society*), atau kehidupan kelompok, terdiri atas perilaku yang saling bekerja sama diantara para anggota masyarakat. syarat untuk dapat terjadinya kerja sama di antara anggota masyarakat ini adalah adany pengertian terhadap keinginan atau maksudd orang lain, tidak saja pada saat ni tetapi juga pada masa yang akan datang. Dengan demikian, kerjas sama terdiri atas kegiatan untuk membaca maksud dan tindakan orang lain dan memberikan tanggapan terhadap tindakan itu dengan cara yang pantas.

Makna adalah hasil komunikasi yang penting, makna yang kita miliki adalah hasil interaksi dengan orang lain, kta menggunakan makna untuk

menginterpretasikan peristiwa di sekitar kita. Interpretasi merupakan proses internal di dalam diri kita. Kita harus memilih, memeriksa, menyimpan, mengelompokkan dan mengirim makna sesuai dengan situasi dimana kita berada dan arah tindakan kita. Dengan demikian jelaslah bahwa, kita tidak dapat berkomunikasi dengan orang lain tanpa memiliki makna terhadap simbol yang kita gunakan.

Masyarakat terdiri atas jaringan interaksi sosial di mana anggota masyarakat memberikan makna terhadap tindakan mereka sendiri dan tindakan orang lain dengan menggunakan simbol. Bahkan berbagai institusi masyarakat dibangun melalui interaksi manusia yang terdapat pada berbagai institusi tersebut.

Kemudian kita akan beralih pada konsep Mead yang kedua yaitu Diri (*Self*), menurut Mead “diri” memiliki dua sisi yang masing – masing memiliki tugas penting, yaitu diri yang mewakili saya sebagai subjek (*I*) atau “Saya” dan saya sebagai objek (*me*) atau “Aku”. Saya sebagai subjek adalah bagian dari diri saya yang bersifat dorongan hati (*impulsive*), tidak teratur, tidak langsung dan tidak dapat diperkirakan. Saya sebagai objek adalah konsep diri yang terbentuk dari pola-pola yang teratur dan konsisten yang anda dan orang lain pahami bersama.

Kemampuan menggunakan simbol-simbol signifikan untuk menanggapi simbol diri yang memungkinkan kita berpikir, ini merupakan konsep Mead yang ketiga yaitu pikiran (*mind*) pikiran bukanlah benda tetapi suatu proses yang tidak lebih dari kegiatan interaksi dengan diri manusia yang menjadi bagian dari setiap tindakan. Berpikir (*mind*) melibatkan keraguan ketika kita menginterpretasikan situasi. Disini kita berpikir sepanjang situasi itu dan merencanakan tindakan ke

depan. Manusia memiliki simbol signifikan yang memungkinkan mereka menamakan objek. Kita selalu mendefinisikan atau memberi makna pada sesuatu berdasarkan pada bagaimana kita bertindak terhadap situasi itu.

Bagi Blummer, objek dibagi kedalam tiga jenis yaitu objek fisik (benda - benda), sosial (manusia), dan abstrak (ide atau gagasan). Manusia mendefinisikan objek berbeda-beda, tergantung pada bagaimana mereka bertindak terhadap objek tersebut. Seorang penjual misalnya, akan memberi makna yang berbeda kepada konsumen yang datang ke tokonya dengan berjalan kaki dan bersandal jepit dengan konsumen yang datang dengan mengendarai mobil sedan mewah. Interaksi yang berbeda antara penjual dan kedua konsumen yang sangat berbeda itu akan menghasilkan makna yang berbeda.

Dalam konstruksi realitas, Schutz, dalam gagasan fenomenologi, terutama tentang makna dan bagaimana makna membentuk struktur sosial, adalah tentang “makna” dan “pembentukan makna”. Orde asasi dari masyarakat adalah dunia sehari – hari, sedangkan makna dasar bagi pengertian manusia adalah *common sense* (dunia akal sehat). Dunia akal sehat terbentuk dari percakapan sehari – hari.

Common sense merupakan pengetahuan yang ada pada setiap orang dewasa yang sadar. Pengetahuan ini didapatkan individu secara sosial melalui sosialisasi dari orang - orang sebelumnya, terlebih *significant others*. *Common sense* terbentuk dari tipikasi yang menyangkut pandangan dan tingkah laku, serta pembentukan makna. Hal ini terjadi karena individu – individu terlibat dalam komunikasi melalui bahasa dan interaksi sosial kemudian membangun semacam sistem relevansi kolektif.

Berger sebagaimana dalam Kuswarno (2009) melihat tindakan manusia sebagai produk proses internalisasi dan eksternalisasi, serta cenderung konstruksionik. Jadi Berger melihat setiap tindakan manusia dilakukan secara dialektis yaitu di dalam dan bagi dirinya sendiri (internalisasi), serta dalam dirinya dengan kondisi masyarakat di sekitarnya (eksternalisasi), karena Berger menempatkan manusia sebagai subjek yang kritis dan problematik, artinya menyertakan pengetahuan yang dimiliki subjek.

Pandangan Berger memandang bahwa, realitas sosial yang dianggap lahir dengan sendirinya dan struktur dunia sosial tergantung pada manusia yang menjadi subjeknya. Dengan demikian, dia berpendapat bahwa realitas sosial secara objektif memang ada (seperti pendapat fungsionalis) tetapi maknanya berasal dari dan oleh hubungan subjektif (individu) dengan dunia objektif (suatu perspektif interaksional simbolis) (Kuswarno, 2009 : 111 – 112)

Penelitian makna, mensyaratkan pada “realitas” dan “pengetahuan”. Dua istilah yang menjadi kunci teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. “realitas” adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomen-fenomen yang memiliki keberadaan (being) yang tidak bergantung kepada kehendak individu manusia (yang kita tidak dapat meniadakannya dengan angan nagan).

Dalam proses pembentukan realitas itu obyektivikasi hanya merupakan salah satu “momen”. Dua momen lain dalam proses dialektis ini internalisasi dan eksternalisasi- merupakan usaha mensintesis kedua perspektif itu untuk mengetahui konstruksi realitas dari seorang individu.

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan diatas, peneliti berusaha menghubungkan teori yang telah dijelaskan sebelumnya untuk mencari tahu makna hijab yang dimiliki oleh kalangan atlet tenis lapangan wanita muslim di Kota Bandung.

Setiap manusia memiliki pandangan masing-masing mengenai berbagai hal bisa itu berupa kepada suatu objek (barang) ataupun perilaku (individu), yang memengaruhi bagaimana manusia tersebut bersikap atau berperilaku dalam realitas sosialnya perbedaan tersebut berangkat dari makna yang dimiliki oleh individu – individu tersebut, tak terkecuali atlet tenis lapangan wanita muslim dan pemaknaannya tentang hijab akan mempengaruhi bagaimana mereka mendefinisikan situasi yang dihadapi di dalam interaksi sosial baik itu di lingkungan keluarga, teman maupun di dunia pertennisan seperti di *club* ketika mereka berlatih.

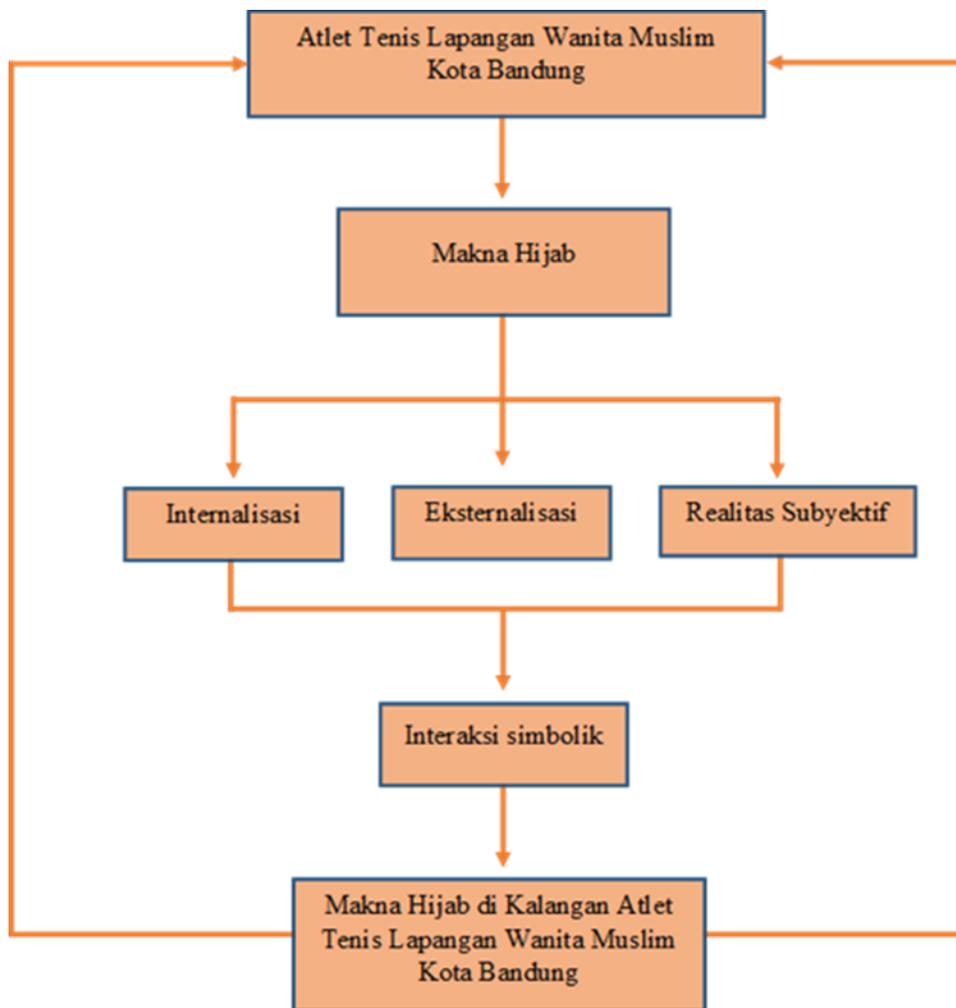
Pada proses internalisasi dalam kasus ini atlet dikenalkan pada realitas obyektif mengenai hijab yang mungkin diberikan oleh orang tua atau pengganti orang tua, yang ditanamkan pada masa kanak - kanak dan berpengaruh pada cara atlet tersebut bersosialisasi sekarang, sebagaimana yang diungkapkan oleh Luckmann realitas yang berasal dari orang lain yang berpengaruh akan dianggap sebagai realitas obyektif oleh atlet tersebut.

Realitas obyektif yang disampaikan oleh orang tua atau pengganti orang tua tidak seluruhnya diserap oleh sang anak, karena setiap anak (atlet tersebut) memiliki cerminannya tersendiri (realitas subyektif) mengenai realitas objektifnya, sehingga bukan tidak mungkin bila realitas subyektif melahirkan penafsiran

mengenai hijab versi dirinya sendiri. Pendidikan Al – Quran dan hadits sebagai pedoman umat muslim menjadi legitimasi di dalam menyampaikan obyektivitas makna, karena menjelaskan mengenai pautan nilai - nilai sehingga tampak masuk akal secara subjektif. Eksternalisasi, merupakan proses hasil dari internalisasi dan obyektivikasi atlet terhadap pengetahuan dan pemaknaanya terhadap hijab yang menjadi stock knowledge atau pengetahuan yang telah didapatkan sebelumnya dari orang – orang yang berpengaruh terhadap cara bersosialisasi atlet tersebut. Proses eksternalisasi ini merupakan hasil penyerapan realitas obyektif yang tidak sempurna sehingga membentuk suatu realitas baru.

Berdasarkan dari apa yang telah peneliti jelaskan diatas, maka peneliti telah membuat alur pikir penelitian seperti gambar di bawah ini :

Gambar 2. 1
Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2020