

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Seiring berkembangnya teknologi informatika dalam berkomunikasi mampu membawa berbagai informasi dengan cepat dan serentak, baik informasi mengenai ilmu pengetahuan, budaya, politik, atau bahkan mengenai fenomena yang sedang terjadi pada saat ini. Pada saat begitu mudahnya mendapatkan atau memperoleh informasi, bahkan membagikan informasi melalui media komunikasi yang saat ini telah berkembang dengan munculnya media baru yang sangat berperan penting terhadap kehidupan sosial. Proses pertukaran informasi dalam media sosial memang mudah untuk dibagikan secara serentak tanpa terhalang oleh jarak dan waktu hanya diperlukan adanya jaringan internet yang tersambung dengan *smartphone* maupun dengan *laptop* yang tersedia di berbagai aplikasi untuk mengakses informasi pada *smartphone*.

Perkembangan terhadap media baru di Indonesia terbilang begitu cepat dibandingkan dengan negara lain yang masih tertinggal dengan perkembangan teknologi internetnya, generasi *millennial* atau juga sering di sebut dengan “*millennials*” sangat ketergantungan dengan media sosial apalagi saat ini banyak inovasi media sosial yang bermunculan dan semakin memudahkan para penggunanya untuk melakukan interaksi dengan pengguna akun media sosial yang lainnya. Namun tidak semua media sosial memiliki kemampuan yang sama dan memiliki fungsi yang berbeda-beda.

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh departemen pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969, melalui proyek ARPA yang mengembangkan jaringan yang dinamakan ARPANET, di mana lembaga tersebut mendemonstrasikan bagaimana dengan *hardware* dan *software* komputer yang berbasis UNIX. Tujuan awal dibangunnya proyek itu adalah untuk keperluan militer, pada saat itu departemen pertahanan Amerika Serikat membuat sistem jaringan komputer yang tersebar dengan menghubungkan komputer di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat, yang apabila terjadi perang dapat mudah dihancurkan.

Perkembangan teknologi ini mempengaruhi juga terhadap pengaruh globalisasi ini terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan lainnya. Kemajuan infrastruktur transportasi dan telekomunikasi, termasuk munculnya internet, merupakan faktor utama dalam globalisasi yang semakin mendorong saling ketergantungan terhadap penggunaan internet, hingga sekarang masyarakat banyak memanfaatkan internet sebagai lahan bisnis mereka karena memang internet terbilang mudah untuk menyebarkan sebuah produk atau informasi untuk diberitahukan kepada semua kalangan dan tidak melihat waktu maupun jarak tanpa adanya batasan geografis, terutama modalnya hanya terkoneksi dengan jaringan internet, pengguna internet bisa mengakses dengan cepat setelah sesaat pengguna yang sudah mengunggah ke jaringan internet dan yang lainnya bisa dapat melihat dengan serentak dengan waktu yang sangat cepat tergantung dari kecepatan internet pada penggunaannya.

Bagi kalangan muda tidak heran jika mereka menggunakan media sosial sebagai berbagi pendapat atau menceritakan kejadian hidupnya dalam sehari-hari, tidak saja kalangan muda yang menggunakan media sosialnya hingga saat ini hampir semua orang separuh baya pun menggunakan media sosialnya untuk berinteraksi maupun untuk dijadikan sebagai lahan bisnis mereka. Media sosial yaitu media online yang terkoneksi ke jaringan internet dan mampu menghubungkan penggunanya tanpa batas geografis, ruang maupun waktu, tujuannya untuk melakukan komunikasi, berbagai sesuatu, dan mengungkapkan pendapat. Awalnya media sosial diciptakan agar orang-orang dapat berinteraksi namun seiring dengan perkembangannya banyak bermunculan jenis media sosial dengan berbagai keunggulan masing-masing.

Dengan berkembangnya media sosial di Indonesia dan sejak didukung infrastruktur internet yang semakin maju maka masyarakat di Indonesia menjadi negara yang paling aktif di media sosial dan jumlah penggunanya paling besar di bandingkan dengan negara tetangganya. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 sekitar 132,7 juta atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia terhubung dengan internet dan 95% aktivitasnya adalah mengakses media sosial, hal tersebut disebabkan karena kemudahan akses penggunaan media sosial melalui *smartphone* yang mana hampir seluruh masyarakat Indonesia rata-rata memiliki *smarthphone* dan juga kini *smartphone* dijual dengan harga yang relatif murah sehingga masyarakat berbondong-bondong untuk memiliki *smartphone* untuk memenuhi kebutuhan sosial atau meningkatkan status sosialnya.

Pada saat ini banyak nama media sosial yang telah bermunculan dan saling mengembangkan pada fiturnya untuk bisa memuaskan para penggunanya selain untuk memuaskan untuk para penggunanya, pengembangan terhadap media sosial pun dilakukan untuk menambah minat para calon pengguna media sosial untuk mengunduh atau *mendownload* aplikasi dari sebuah perusahaan yang membuat aplikasi tersebut, semakin banyak pengguna internet mengunduh aplikasi tersebut maka perusahaan yang membuat aplikasi akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Fitur yang di tawarkan oleh produsen aplikasi mempengaruhi minat para pengguna internet untuk mengunduh aplikasinya bahkan masyarakat sangat *up to date* terhadap perkembangan atau pembaharuan media sosial yang sudah tersedia.

Persaingan perusahaan untuk membuat aneka ragam jenis media sosial kini semakin banyak terobosan terbaru dari asalnya yang hanya bisa menuliskan pesan saja saat ini telah banyak nama media sosial yang bisa membuat para penggunanya untuk berlama-lama menggunakan aplikasi tersebut, dari mulai untuk melakukan interaksi hingga bisa menceritakan kejadian sehari-hari bisa di sertakan dengan video tidak saja menggunakan teks, sehingga masyarakat bisa lebih banyak bercerita didalam media sosial karena adanya fitur yang bisa spesifik menceritakan kejadian atau keadaan pengguna tersebut. Tidak heran lagi jika masyarakat kini ketergantungan dengan adanya media sosial, selain itu penggunanya bisa mendapatkan informasi yang lebih detail selain mendapatkan informasi yang detail pengguna media sosial yang lainnya juga bisa saling mengomentari sebuah kejadian yang telah di bagikan oleh pemilik akun.

Aplikasi yang saat ini digemari oleh para pengguna media sosial salah satunya ialah instagram, instagram adalah sebuah aplikasi yang bisa berbagi foto yang memungkinkan pengguna bisa mengambil foto atau video lalu sang pengguna juga bisa menerapkan filter digital yang terdapat dalam fitur instagram dan bisa membagikan kepada publik. Instagram mempunyai banyak fitur seperti pengikut atau *follower* untuk mengikuti bisa disebut dengan *following*, mengunggah foto, kamera, efek foto, judul foto, label foto, *geotagging*, jejaring sosial, tanda suka, popular, dan bisa menandai foto atau video kepada teman yang memiliki akun instagram. Dari sekian banyak fitur yang terdapat pada aplikasi instagram semua dapat dimanfaatkan pengguna untuk berbagi dan melakukan komunikasi dengan pengguna akun instagram lainnya.

Menggunakan instagram komunikasinya cukup baik dan mudah untuk digunakan oleh para penggunanya, proses untuk melakukan komunikasi dengan menggunakan aplikasi instagram diawali dengan saling mengikuti satu sama lain sehingga dapat saling berbagi foto maupun video, untuk melakukan berbagi foto pengguna bisa mengunggah foto disertakan dengan pemberian judul foto tersebut, lokasi dimana pengunggah itu di foto, label atau mencantumkan nama teman kemudian bisa diunggah oleh seorang pemilik akun instagram sehingga dapat direspon dengan memberikan tanda suka maupun memberikan komentar terhadap foto yang telah diunggah dan dapat dibagikan lagi kepada pengguna akun instagram yang lain sehingga dapat terjadinya komunikasi antara pengguna yang satu dengan pengguna akun yang lainnya.

Interaksi dalam instagram akan lebih banyak membicarakan mengenai foto yang telah diunggah sebagian orang akan memberikan tanda suka terhadap foto yang telah dilihat oleh pengguna bahkan ada yang memberikan komentar atau kritikan terhadap foto tersebut. Aplikasi instagram dijadikan sebagai ajang untuk memperlihatkan eksistensi diri, setiap foto yang di unggah di harapkan mendapat banyak tanda suka dari pengguna akun yang lain atau memberi komentar yang positif agar bisa memberikan rasa kepuasan kepada penggunanya dan diharapkan bisa menambah jumlah pengikut karena semakin banyak pengikut maka semakin banyak pula yang memberikan tanda suka atau komentar-komentar yang diberikan.

Komunikasi yang terjadi di dalam instagram tidak terjadi selalu efektif sama halnya seperti aplikasi media sosial yang lain, karena hal ini dipengaruhi oleh sudut pandang yang berbeda terhadap suatu hal. Tidak selalu yang diunggah oleh pengguna di instagram dapat dipahami oleh pengguna lain, setiap orang yang melihat unggahan foto menerima pesannya tidak selalu sama ada yang menerima pesan dari foto tersebut menilai dengan baik, bahkan ada yang menerima pesan dengan pemikiran yang kritis. Dalam perbedaan pemikiran tersebut yang akhirnya akan membuat komunikasi menjadi tidak efektif bahkan menimbulkan perselisihan sudut pandang yang berbeda dan bisa menimbulkan konflik dalam perbedaan sudut pandang, terkadang kolom komentar dipenuhi dengan komentar-komentar yang saling beradu pendapat dengan adanya berbagai pendapat membuat orang yang melihatnya semakin salah paham dan akan menimbulkan konflik yang berkepanjangan.

Pada dasarnya fungsi instagram adalah untuk berbagi foto ke jejaring sosial namun kegunaan instagram juga bisa menyunting foto-foto yang memiliki 16 efek yang dapat digunakan untuk menyunting foto. Dengan aplikasi instagram foto-foto yang telah diunggah dapat juga diunggah melalui jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *flickr* dan juga *posterous*. Seiring waktu yang terus berjalan instagram pun dimanfaatkan oleh sejumlah kalangan pembisnis untuk membuka lahan bisnisnya di instagram kini semakin banyak orang yang memanfaatkan instagram sebagai lahan bisnis karena media sosial ini memang efektif untuk dijadikan sebagai bisnis yang mereka jalankan dan tidak perlu memerlukan modal yang banyak hanya saja memerlukan koneksi internet yang baik, biasa pembisnis didalam instagram ini jual beli berbagai jenis-jenis produk.

Pada instagram terdapat banyak foto-foto yang telah diunggah, setiap yang telah diunggah memiliki makna dan pesan yang berbeda sehingga seorang yang melihat foto tersebut akan menimbulkan persepsinya masing-masing. Instagram ini sangat berikatan dengan dunia fotografi banyak pula yang membagikan hasil fotonya pada akun instagram agar mereka bisa berbagi tentang cara teknik fotografi, fotografi tidak hanya saja menggunakan kamera professional seperti kamera DSRL dengan berkembangnya ponsel fotografi pun bisa dilakukan menggunakan kamera ponsel yang saat ini telah banyak merk ponsel saling mengembangkan ponsel yang semakin canggih terutama mengembangkannya dalam fitur kamera, ponsel canggih atau saat ini di kenal sebagai *smartphone* bisa bersaing dengan kamera professional sehingga perkembangan dunia fotografi tidak hanya saja keterbatasan dengan kamera.

Fotografi yang berasal dari kata Yunani yaitu “*photos*” yang artinya cahaya dan grafi dalam bahasa Yunani yaitu “*grafo*” yang berarti melukis, adalah proses melukis atau menulis dengan menggunakan media cahaya. Sebagai istilah umum fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya, nama alat yang paling dikenal untuk merekam cahaya ini adalah kamera, tanpa cahaya tidak ada foto yang bisa dibuat. Prinsip fotografi adalah memfokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar *medium* penangkapan cahaya, *medium* yang telah dibakar dengan ukuran luminans cahaya yang tepat akan menghasilkan bayangan identik dengan cahaya yang memasuki *medium* pembiasan yang dinamakan dengan lensa. Untuk menghasilkan intensitas cahaya yang tepat untuk menghasilkan gambar, digunakan bantuan alat ukur berupa *lightmeter*, setelah mendapatkan ukuran pencahayaan yang tepat, seorang *fotografer* bisa mengatur intensitas cahaya tersebut dengan mengubah kombinasi ISO atau ASA, diafragma dan kecepatan rana, kombinasi antara ISO, diafragma dan kecepatan (*speed*) disebut sebagai pajanan (*exposure*).

Penelitian demi penelitian terus berlanjut hingga pada tanggal 19 Agustus 1839, desainer panggung opera yang juga pelukis, Louis-Jacques Mande' Daguerre (1787-1851) dinobatkan sebagai orang pertama yang berhasil membuat foto yang sebenarnya sebuah gambar permanen pada lembaran plat tembaga perak yang dilapisi larutan *iodin* yang disinari selama satu setengah jam cahaya langsung dengan pemanas merkuri (*neon*). Proses ini disebut *daguerreotype*.

Untuk membuat gambar permanen, pelat dicuci larutan garam dapur dan asir suling. Januari 1839 Daguerre sebenarnya ingin mematenkan temuannya itu. Akan tetapi, pemerintah Perancis berpikir bahwa temuan itu sebaiknya dibagikan ke seluruh dunia secara cuma-cuma. Fotografi kemudian berkembang dengan sangat cepat, melalui perusahaan Kodak Eastman, George Eastman mengembangkan fotografi dengan menciptakan serta menjual *roll film* dan kamera *boks* yang praktis, sejalan dengan perkembangan dalam dunia fotografi melalui perbaikan lensa, *shutter*, film dan kertas foto. Tahun 1950, untuk memudahkan pembidikan pada kamera *Single Lens Reflex* maka mulailah digunakan prisma (SLR), dan Jepang pun mulai memasuki dunia fotografi dengan produksi kamera Nikon yang kemudian disusul dengan Canon. Tahun 1972 kamera Polaroid temuan Edwin Land mulai dipasarkan. Kamera Polaroid mampu menghasilkan gambar tanpa melalui proses pengembangan dan pencetakan film. Kemajuan teknologi turut memacu fotografi secara sangat cepat, jika dulu kamera sebesar tenda hanya bisa menghasilkan gambar yang tidak terlalu tajam, kini kamera digital yang hanya sebesar dompet mampu membuat foto yang sangat tajam dalam ukuran sebesar koran.

Di dalam instagram sangat erat kaitannya dengan orang atau pengguna akun instagram yang selalu ingin eksistensi dengan kebaradaannya yang ingin diakui oleh para *follower*-nya, pengertian eksistensi ini adalah suatu proses yang dinamis, untuk menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere*, eksistensi atau pengakuan ialah suatu keadaan di mana seseorang ingin diakui dan dihargai oleh orang-orang di sekelilingnya. Eksistensi

bersifat lentur dan selalu dicari atau pun dikejar oleh manusia. Ini sama halnya dengan fenomena yang ada pada saat ini, dimana orang-orang beranggapan bahwa memiliki banyak akun di setiap situs jejaring sosial merupakan cara terbaik untuk mendapat pengakuan, manusia sekarang lebih merasa bangga saat ia bisa mendapatkan banyak *follower* di instagram di bandingkan mempunyai mobil mewah atau berpakaian dengan glamor.

Pengguna akun instagram semakin eksis maka semakin banyak pula pengguna akun lain yang mengikutinya dan semakin banyak pula pengikut yang akan menyukai postingan tersebut maka berdampak semakin banyak pengikutnya, seperti balita yang saat ini menjadi selebgram yang menjadi viral di jejaring instagram karena tingkah nya yang menggemaskan membuat para pengikutnya terus bertambah bahkan pengikutnya ada jutaan. Balita yang terkenal dengan panggilan *baby* Tatan ini akun yang dikelola oleh kakaknya banyak mengunggah tentang aktifitas sehari-hari Tatan, tingkah laku Tatan yang diunggah berupa foto maupun video membuat para netizen yang melihatnya akan menyukai postingan tersebut. Akun instagram Tatan yang sering dikelola oleh kakaknya yang bernama Geraldo Sugianto sebelumnya tidak menjadi viral hingga seperti saat ini, teknologi dan komunikasi semakin berkembang maka semakin cepat juga informasi yang kita dapatkan bahkan orang yang bukan latar belakangnya dari dunia *entertainment* bisa menjadi terkenal di hadapan publik, dari banyaknya pengikut Tatan sehingga akun balita ini banyak di *endorse* oleh para produsen produk, dari produsen produk makanan hingga produsen produk mainan memberikan *endorse* pada akun instagram Tatan.

1.1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian adalah: “**Makna Berbagi Foto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Di Media Sosial**” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Baby Tatan di Instagram)

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana denotatif dalam berbagi foto sebagai eksistensi diri di media sosial pada akun instagram Baby Tatan?
2. Bagaimana konotatif dalam berbagi foto sebagai eksistensi diri di media sosial pada akun instagram Baby Tatan?
3. Apa alasan dan hambatan dalam berbagi foto sebagai eksistensi diri di media sosial pada akun instagram Baby Tatan?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang di paparkan sebelumnya, yaitu: Untuk Mengetahui Makna Berbagi Foto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Foto Baby Tatan Pada Pengguna Instagram di Bandung)

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui denotasi dalam berbagi foto sebagai bentuk eksistensi diri di media sosial pada akun instagram Baby Tatan.
2. Untuk mengetahui konotasi dalam berbagi foto sebagai bentuk eksistensi diri di media sosial pada akun instagram Baby Tatan.
3. Untuk mengetahui alasan dan hambatan dalam berbagi foto sebagai bentuk eksistensi diri di media sosial pada akun instagram Baby Tatan.

1.1.4 Jenis Studi

Menurut Creswell (dalam Ardianto 2010:60), metode deskriptif kualitatif termasuk paradigma penelitian Konstruktivisme. Asumsi dasar yang menjadi inti paradigma penelitian Konstruktivisme adalah:

1. Pengetahuan bersifat konjektural dan tidak berlandaskan apapun, kita tidak akan pernah mendapatkan kebenaran absolut. Untuk itu bukti yang dibangun dalam penelitian seringkali lemah dan tidak sempurna. Karena itu, peneliti berujar bahwa mereka gagal untuk menyangkal hipotesisnya.
2. Penelitian merupakan proses membuat klaim-klaim, kemudian menyaring sebagian klaim tersebut menjadi klaim-klaim lain yang kebenarannya jauh lebih kuat.
3. Pengetahuan dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan logis. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi dengan menggunakan

instrument pengukuran tertentu yang diisi oleh partisipan atau dengan melakukan observasi mendalam di lokasi penelitian.

4. Penelitian harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar, pernyataan yang dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya atau mendeskripsikan relasi kausalitas dari suatu persoalan. Dalam penelitian kualitatif, membuat relasi antarvariabel dan mengemukakan dalam pertanyaan dan hipotesis.
5. Aspek terpenting dalam penelitian adalah sikap objektif. Para peneliti harus menguji kembali metode dan kesimpulan yang sekiranya mengandung bias. Untuk itulah penelitian kualitatif dilakukan. Dalam penelitian kualitatif, standar validitas dan reliabilitas menjadi dua aspek penting yang wajib dipertimbangkan oleh peneliti.

1.1.5 Manfaat Penelitian

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Manfaat penelitian secara filosofis yaitu diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran-pemikiran terhadap ilmu komunikasi serta dapat mengembangkan ilmu yang didapat selama menempuh perkuliahan di Universitas Langlangbuana Bandung, khususnya konsentrasi di bidang Hubungan Masyarakat (*Public Relations*).

1.1.5.2 Manfaat Teoristis

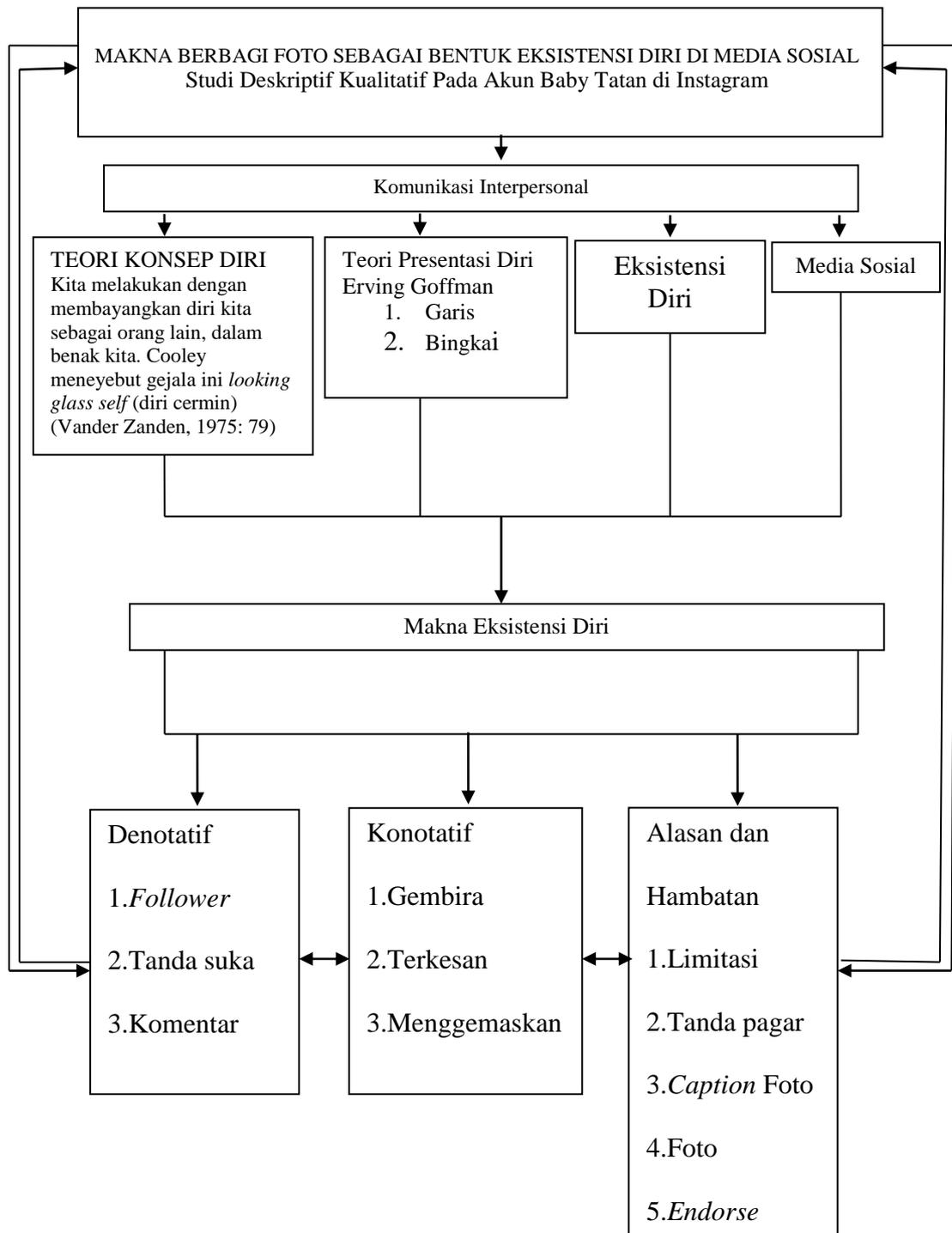
Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna dan dapat juga digunakan sebagai bahan literatur untuk Ilmu Komunikasi terutama yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi, dengan menggunakan metode studi deskriptif kualitatif.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk mengembangkan berbagi seni dalam fotografi yang sudah ada sejak dulu dan sampai saat ini fotografi menjadi gaya hidup.

1.1.6 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Hasil Penelitian 2017

1.1.7 Landasan Teoritis

1.1.7.1 Teori Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita (William D. Brooks, 1974: 40), konsep diri meliputi apa yang anda pikirkan dan apa yang anda rasakan tentang diri anda, Anita Taylor mendefinisikan konsep diri sebagai *all you think and feel about you, the entire complex of beliefs and attitudes you hold about yourself* (Anita Taylor, 1977: 98). Dengan demikian, ada dua komponen konsep diri yaitu komponen kognitif dan komponen afektif, dalam psikologi sosial komponen kognitif disebut citra diri (*self image*) sedangkan komponen afektif disebut harga diri (*self esteem*). Keduanya, menurut William D. Brooks dan Philip Emmert, berpengaruh besar pada pola komunikasi interpersonal (Jalaluddin, 2012: 99).

Harry Stack Sullivan (1953) menjelaskan bahwa jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri kita. Sebaliknya bila orang lain selalu meremehkan kita, menyalahkan kita dan menolak kita, kita cenderung tidak akan menyenangi diri kita (Jalaluddin, 2012: 100). Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi interpersonal, karena setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin sesuai dengan dirinya. Bila seorang mahasiswa menganggap dirinya sebagai orang yang rajin, ia akan menghadiri kuliah secara teratur, mempelajari kuliah dengan sungguh-sungguh, sehingga memperoleh nilai akademis yang baik. Bila orang merasa rendah diri, ia akan mengalami kesulitan untuk mengkomunikasikan gagasannya kepada orang-orang yang dihormatinya,

tidak mampu berbicara dihadapan umum, atau ragu-ragu menuliskan pemikirannya dalam media massa (Jalalluddin, 2012: 103)

D.E. Hamacheck menyebutkan sebelas karakteristik orang yang mempunyai konsep diri positif:

1. Ia menyakini betul-betul nilai-nilai dan prinsip-prinsip tertentu serta bersedia mempertahankannya, walaupun menghadapi pendapat kelompok yang kuat. Akan tetapi, dia juga merasa dirinya cukup tangguh untuk mengubah prinsip-prinsip itu bila pengalaman dan bukti-bukti baru menunjukkan ia salah.
2. Ia mampu bertindak berdasarkan penilaian yang baik tanpa merasa bersalah yang berlebih-lebihan, atau menyesali tindakannya jika orang lain tidak menyetujui tindakannya.
3. Ia tidak menghabiskan waktu yang tidak perlu untuk mencemaskan apa yang akan terjadi besok apa yang telah terjadi waktu lalu, dan apa yang sedang terjadi waktu sekarang.
4. Ia memiliki keyakinan pada kemampuannya untuk mengatasi persoalan, bahkan ketika ia menghadapi kegagalan atau kemunduran.
5. Ia merasa sama dengan orang lain, sebagai manusia tidak tinggi atau rendah, walaupun terdapat perbedaan dalam kemampuan tertentu, latar belakang keluarga, atau sikap orang lain terhadapnya.
6. Ia sanggup menerima dirinya sebagai orang yang penting dan bernilai bagi orang lain, paling tidak bagi orang-orang yang ia pilih sebagai sahabatnya.

7. Ia dapat menerima pujian tanpa berpura-pura rendah hati, dan menerima penghargaan tanpa merasa bersalah.
8. Ia cenderung menolak usaha orang lain untuk mendominasinya.
9. Ia sanggup mengaku kepada orang lain bahwa ia mampu merasakan berbagai dorongan dan keinginan, dari perasaan marah sampai cinta, dari sedih sampai bahagia, dari kekecewaan yang mendalam sampai kepuasan yang mendalam pula.
10. Ia mampu menikmati dirinya secara utuh dalam berbagai kegiatan yang meliputi pekerjaan, permainan, ungkapan diri yang kreatif, persahabatan atau sekedar mengisi waktu.
11. Ia peka pada kebutuhan orang lain, pada kebiasaan social yang telah diterima, dan terutama sekali pada gagasan bahwa ia tidak bisa bersenang-senang dengan mengorbankan orang lain. (Brooks dan Emmert, 1976: 56)

Dari konsep diri yang positif lahir pola perilaku komunikasi interpersonal yang positif pula, yakni melakukan persepsi yang lebih cermat, dan mengungkapkan petunjuk-petunjuk yang membuat orang lain menafsirkan kita dengan cermat pula. Komunikasi yang berkonsep diri positif adalah orang yang tembus pandang, terbuka kepada orang lain (Jalalluddin, 2012: 105).

1.2.3.2 Teori Presentasi Diri

Erving Goffman (dalam Morissan, 2013: 122) memulai teorinya dengan asumsi bahwa manusia harus berupa memahami setiap peristiwa atau situasi yang tengah dihadapinya, interpretasi yang diberikan terhadap situasi yang tengah

dihadapi merupakan definisi dari situasi tersebut, menurut Goffman (dalam Morissan, 2013: 122) definisi dari satu situasi dapat dibagi kedalam garis dan bingkai. Suatu garis adalah urutan aktivitas seperti: membuka pintu lemari pendingin, mengambil botol air, menuangkan air ke gelas, meminum air dan meletakkan gelas dimeja. Suatu bingkai adalah suatu pola terorganisasi yang digunakan untuk menentukan garis. Garis kegiatan tersebut misalnya dapat dibingkai dengan nama mengambil air (Morissan, 2013: 122).

Analisis bingkai dengan demikian merupakan proses untuk menentukan bagaimana individu manusia mengatur dan memahami tingkah lakunya dalam situasi tertentu. Analisis bingkai memungkinkan anda untuk mengidentifikasi dan memahami peristiwa, memberikan makna kepada peristiwa dan segala kehidupan manusia. Analisis bingkai terdiri atas bingkai kerja natural (*natural framework*) yaitu peristiwa alam yang tidak terduga yang harus bisa diatasi oleh setiap manusia, bingkai kerja sosial (*social framework*) adalah hal yang dapat dikontrol yang dibimbing oleh kecerdasan manusia. Kedua tipe bingkai kerja tersebut masing-masing saling berhubungan karena bingkai kerja sosial pada dasarnya bertindak dan dipengaruhi oleh fenomena alam, kemudian menjadi model yang kita gunakan untuk memahami pengalaman kita (Morissan, 2013: 123).

Orang berupaya untuk mengolah tingkah lakunya agar orang lain terkesan kepadanya. Ketika orang menyajikan atau mempresentasikan dirinya maka ia mencoba untuk membuat orang lain terkesan. Menurut Goffman (dalam Morissan, 2013: 124) *self- presentation is very much a matter of impression management* (penyajian diri terkait erat dengan persoalan pengelolaan kesan). Karena setiap

individu yang terlibat dalam komunikasi berupaya membuat kesan mengenai dirinya masing-masing maka muncullah suatu definisi umum yang diterima semua pihak atas situasi yang ada pada saat itu (Morrisan, 2013: 124-125).

1.1.7.2 Eksistensi Diri

Eksistensi berasal dari bahasa Inggris “*Exist*” yang berarti ada, terdapat hidup atau dirasakan keberadaannya. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan.

Orang yang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi-diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi-diri. Kita dapat memodifikasi frase filosofi Prancis Rene Descartes (1596-1650) yang terkenal itu *Cogito Ergo Sum* (“saya berpikir, maka saya ada”) menjadi “saya berbicara, maka saya ada. Jika seseorang memilih untuk berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak eksis. Namun ketika seseorang berbicara, secara tidak langsung orang itu menyatakan bahwa dirinya ada. Contohnya saat sedang diskusi kelompok, seorang anggota memilih untuk diam maka orang lain menganggap seorang anggota yang memilih diam itu tidak ada sama sekali karena eksistensi seseorang itu akan terlihat jika kita aktif. (Mulyana, 2012 :14)

Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri sering terlihat pada uraian penanya dalam seminar. Meskipun penanya sudah diperingatkan oleh moderator untuk berbicara singkat dan langsung kepada pokok masalah, penanya atau komentator itu sering berbicara panjang lebar, mengulahi orang-orang yang hadir

di acara tersebut, dengan argumen-argumen yang sering tidak relevan. (Mulyana, 2012 :15)

1.1.7.3 Teori Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya (Nasrullah, 2016:3).

Sementara sosial menurut Weber, kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social relations*). Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual (Weber, 1978: 26 dalam Fuchs, 2014: 39). Namun, diperlukan simbol-simbol yang bermakna diantara individu yang menjadi aktor dalam relasi tersebut (Nasrullah, 2016:7).

Dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. (Burton, 2005) Diperlukan pendekatan dari teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud dengan media sosial.

Juga termasuk perlunya pembahasan khusus untuk mencari hubungan antara media dan masyarakat (Nasrullah, 2016:8).

Untuk menjelaskan hal ini, Fuchs mengawalinya dengan perkembangan kata Web 2.0 yang dipopulerkan oleh O'Reilly (2005). Web 2.0 merujuk dari media internet yang tidak lagi sekedar penghubung antara individu dengan perangkat (teknologi dan jaringan) komputer yang selama ini ada dan terjadi dalam Web 1.0, tetapi telah melibatkan individu untuk mempublikasikan secara bersama, saling mengolah dan melengkapi data, web sebagai *platform* atau program yang bisa dikembangkan, sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang (*the long tail*) (Nasrullah, 2016:8).

Berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. (Fuchs, 2008) Karakteristik kerja komputer dalam Web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human cognition*) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antar individu. Terakhir dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (*users*) bekerjasama (*human co-operation*) (Nasrullah, 2016:8)

Kajian Literatur

1.2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Matrik Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Sub judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Skripsi Penelitian Terdahulu Dengan Skripsi Peneliti	Perbedaan Skripsi Penelitian Terdahulu Dengan Skripsi Peneliti
1	Endzico Januar Tanasa D0210037 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta 2015	Studi Kualitatif Motif & Kepuasan Penggunaan Foto Selfie Dalam Akun Instagram	Kualitatif	Peneliti melihat kepuasan penggunaan foto selfie pada akun instagram dengan teori yang di cetuskan Sven Widhl yang membagi kepuasan menjadi 3 yaitu sebelum-saat-sesudah penggunaan foto selfie.	Persamaan Skripsi peneliti terdahulu dengan skripsi peneliti adalah peneliti dilakukan pada akun instagram	Perbedaannya adalah jenis studi yang digunakan berbeda dan objek yang diteliti juga berbeda, jika skripsi ini meneliti objek akun Baby Tatan, skripsi terdahulu meneliti objek penggunaan foto selfie
2	Arta Novian 20120730180	Studi analisis kualitatif dengan objek foto selfie	Kualitatif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa account Kurt Coleman sudah menunjukkan empat dari indikator seperti ekspresi	Persamaan dengan skripsi ini adalah kami sama meneliti tentang foto	Perbedaan Penelitian ini adalah, peneliti terdahulu meneliti dengan objek foto Kurt

	Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Kurt Coleman		wajah, gaya, latar dan fashion dan dari hasil menganalisis peneliti pun mendapatkan bahwa dalam berfoto selfie Kurt Coleman		Coleman
3	Nila satyla 11143202942 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2015	Analisi Isi Penggunaan Foto Jurnalistik Dalam Berita Kriminal Di Harian Pekanbaru MX (Edisi Mei 2015)	Kualitatif	Dari hasil penelitian ini bahwa penggunaan foto jurnalistik dalam berita kriminal di harian Pekanbaru MX hanya menggunakan dua kaidah yaitu faktual dan informatif. Dan kaidah yang lainnya belum diterapkan yaitu aktual, misi, gema dan atraktif.	Persamaan Skripsi peneliti terdahulu dengan skripsi peneliti adalah objek yang diteliti itu sama yaitu sama meneliti objek foto	Perbedaannya adalah peneliti terdahulu meneliti objek foto jurnalistik
4	Ach. Baihaki Lutfi 03210136 Fakultas Dakwah		Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa keseluruhan fotografi jurnalistik Koran merapi memuat beberapa kasus kriminal yang sering terjadi di	Persamaan dengan skripsi ini adalah objek yang diteliti berupa foto, memiliki kesamaan objek yang	Perbedaan Peneliti ini adalah foto yang diteliti berupa fotografi yang berkaitan dengan kriminal sedang skripsi

	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2010			masyarakat. Mulai dari pencurian, penikaman, perampokan, pembunuhan dan sebagainya. Mungkin Koran merapi tersebut berniat menggambarkan warga masyarakat Yogyakarta “bantuan” fotografi ecek-ecek, agar pembaca mengingat bahwa kejahatan selalu dekat dengan masyarakat.	diteliti ini adalah foto	ini meneliti pada foto Baby Tatan.
5	Irma Rochmawati 90.102.13.005 Fakultas Pascasarjana Universitas komputer Indonesia Bandung 2013	Visualisasi Representasi Foto Makanan (<i>Food Photography</i>) Di Media Sosial Instagram	Kualitatif	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kualitas visual dan representasi dari foto makanan yang tersebar di media sosial Instagram dalam kasus Kuliner Bandung. Kualitas visual foto makanan ditentukan oleh kualitas kamera dan teknik fotografi yang dikuasai oleh pelaku (maker). Visual foto tidak dapat sepenuhnya merepresentasikan realitas, karena tidak hanya melibatkan indera penglihatan (visual) tetapi juga melibatkan indera lainnya,	Persamaan Penelitian terdahulu dengan skripsi ini yaitu, Penelitian dilakukan dalam akun instagram.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan skripsi ini adalah, peneliti skripsi ini meneliti pada akun instagram Baby Tatan sedangkan peneliti terdahulu meneliti dalam akun instagram foto yang berupa makanan.

--	--	--	--	--	--	--

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah bentuk nyata kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, tiap individu dapat mengenal satu sama lain dan dapat saling mengungkapkan perasaan serta keinginannya melalui komunikasi. Setelah dapat menanamkan pengertian dalam komunikasi, maka usaha untuk membentuk dan mengubah sikap dapat dilakukan, akhirnya melakukan tindakan nyata adalah harapannya. Ketika berkomunikasi kita tidak hanya memikirkan misi untuk mengubah sikap seseorang, namun sisi psikologis dan situasi yang mendukung ketika itu juga harus diperhatikan.

Apabila kita salah dalam memberikan persepsi awal dari stimuli, maka komunikasi akan kurang bermakna. Begitulah manusia, keunikannya memang menjadi pertimbangan dalam setiap keputusan begitu juga dalam berkomunikasi. Kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2016: 4)

Dalam komunikasi terdapat tiga kerangka pemahaman konseptualisasi komunikasi yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Menurut Deddy Mulyana (2016: 68), konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan menginsyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi

bersifat instrumental dan persuasif. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah:

1. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner :

"Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan. dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol—kata-kata. gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi."

2. Theodore M. Newcomb :

"Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima."

3. Carl I. Hovland :

"Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)."

4. Gerald R. Miller :

"Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima."

5. Everett M. Rogers :

"Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka."

6. Raymond S. Ross :

“Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

7. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante :

“Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak.”

8. Harold D. Lasswell :

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?

Deddy Mulyana (2016: 76) mengatakan bahwa konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun perilaku nonverbal. Berdasarkan pandangan ini, orang-orang yang berkomunikasi adalah komunikator-komunikator yang aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah:

1. John R. Wenburg dan William W. Wilmot :
"Komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna."
2. Donald Byker dan Loren J. Anderson :
"Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih."
3. William I. Gordon :
"Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan."
4. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson :
"Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna."
5. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss :
"Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih."
6. Diana K. Ivy dan Phil Backlund :
"Komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna."
7. Karl Erik Rosengren :
"Komunikasi adalah interaksi subjektif purposif melalui bahasa manusia yang berartikulasi ganda berdasarkan simbol-simbol."

Komunikasi Publik (*Public communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali oleh satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Tabligh akbat yang sering disampaikan pendakwah

kondang K.H. Zainuddin MZ atau Aa Gym adalah contoh komunikasi publik yang paling kena. Beberapa pakar komunikasi menggunakan istilah komunikasi kelompok-besar (*large-group communication*) untuk komunikasi ini.

Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit dari pada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian dan kemampuan menghadapi sejumlah orang besar. Daya tarik fisik pembicara bahkan sering merupakan faktor penting yang menentukan efektivitas pesan, selaiian keahlian dan kejujuran pembicara. Tidak seperti komunikasi anatrpribadi yang melibatkan pihak-pihak yang sama-sama aktif, satu pihak (pendengar) dalam komunikasi publik cenderung pasif. Umpan balik yang mereka berikan terbatas, terutama umpan balik bersifat verbal. Umpan balik mengulang pesan, atau dengan tekanan verbal atau nonverbal tertentu, atau saling bertanya, namun dalam komunikasi massa keluwesan tersebut sangat terbatas walaupun bukan berarti tidak ada sama sekali. Pembaca surat kabar atau majalah memang dapat membaca ulang. Televisi juga ada kalanya menayangkan ulangan suatu acara atau suatu adegan (seperti acara olah raga). Namun pembaca, pendengar, pemirsa tidak bebas memperoleh informasi lain yang mereka inginkan pada saat itu juga. Dalam beberapa kasus, pembaca surat kabar, pendengar radio atau pemirsa televise bisa saja menyampaikan umpan balik secara langsung, namun tetap tidak lengkap, karena umpan balik nonverbal (seperti ekspresi wajah dan bahasa tubuhnya) dari sipemberi umpan balik sering tidak tertangkap oleh sumber pesan. (Mulyana, 2010: 82-83)

Kategori berdasarkan tingkat (level) paling lazim digunakan untuk melihat konteks komunikasi, di mulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta komunikasi paling sedikit hingga komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling banyak. Terdapat empat tingkat komunikasi yang disepakati banyak pakar, yaitu : komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Beberapa pakar lain menambahkan komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik (komunikasi dua orang) dan komunikasi publik (pidato didepan khalayak). (Mulyana, 2010: 83)

1.2.4.2 Tinjauan Umum Tentang Media Baru

Proses komunikasi yang pada awalnya hanya dapat dilakukan ketika sedang bertatap muka pada lokasi atau tempat yang sama kini bisa dilakukan dengan jarak jauh yaitu menggunakan media internet salah satunya adalah media sosial facebook dengan hanya diperlukanya konektifitas jaringan menuju internet dapat terhubung kepada semua pengguna facebook dan yang tidak terpengaruh oleh jarak dan waktu apabila orang tersebut berada di beda benua atau Negara sekalipun, seperti yang di kemukakan oleh (Ardianto, 2007: 3):

1. Dari definisi Bittner yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar di lapangan

luas yang dihadiri oleh ribuan, bahkan puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa (Ardianto, 2007: 3).

2. Gerbner (1967) *“Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and sistribtion of the most broadly shared cotinous flow of messages in industrial societies”*. (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus-menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan (Ardianto, 2007: 3).
3. Wright mengemukakan definisinya sebagai berikut: *“This new form can be distinguished from older types by the following major characteristics: it is directed toward relayively large, heterogenous, and anonymous audiences; messages members simultaneously, and are transient in character; the communicator tends to be, or to operate within, a complex organization that may involve great expense”*.

Definisi lengkap yang dapat menggambarkan karakteristik komunikasi massa secara jelas. Menurut Wright, bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karekteristik utama sebagai berikut: diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogendan anonim; pesan

disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas; komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar (Ardianto, 2007: 4)

Istilah media baru (*newmedia*) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencangkup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam, komunikasi massa yang sangat dekat dengan media lama sehingga akan menjadi usang dengan hadirnya media baru. Komunikasi massa bukanlah proses yang terbatas pada media massa atau sudah mengalami penurunan. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan Komputer (McQuail, 2010: 42). Kunci untuk kekuatan Komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur.

Pada prinsipnya, tidak ada lagi kebutuhan untuk berbagai media berbeda. Dampak dari media baru bagi media massa masih jauh dari jelas, walaupun yang pasti adalah bahwa media tradisional juga mendapatkan keuntungan besar dari inovasi media baru dan juga mendapat pesaing baru, dapat disimpulkan bahwa revolusi komunikasi telah secara umum mengubah keseimbangan kekuatan dari media kepada khalayak (McQuail, 2010 : 43-44). Media massa telah berubah begitu banyak, dimulai dari awal abad ke-20 yang bersifat satu arah, arus yang serupa kepada massa yang seragam. Terdapat alasan sosial, ekonomi, dan teknologi atas pergeseran ini yang cukup nyata, dalam keadaan seperti ini perlu menilai kembali tujuan utama dari teori sosial

budaya dari media. Media baru memiliki berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama selain baru dimungkinkan dari digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2010: 148).

Media baru sangat beragam dan tidak mudah didefinisikan tetapi media baru membuat seseorang tertarik pada penerapannya yang dalam berbagai wilayah memasuki ranah komunikasi massa atau secara langsung dan tidak langsung memiliki dampak terhadap media massa tradisional. Fokus perhatian terutama pada aktifitas kolektif bersama yang berjudul internet, terutama pada penggunaan publik, seperti berita daring, iklan, aplikasi penyiaran (termasuk mengunduh musik dan lain- lain), forum dan aktifitas diskusi, *World Wide Web*(WWW), pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu (McQuail, 2010:148). Secara umum media baru juga telah disambut oleh media lama dengan ketertarikan yang kuat, positif, dan bahkan pengharapan serta perkiraan yang bersifat euforia, serta perkiraan yang berlebihan mengenai signifikan mereka. Meskipun masih pada tahap ini namun secara berangsur-angsur mulai muncul suara lain, dan terdapat ketakutan sekaligus optimisme mengenai konsekuensi media baru yang luas, terutama karena tidak adanya kerangka regulasi atau kontrol yang dibentuk (McQuail, 2010: 148)

Ide mengenai dampak media baru melampaui kenyataannya, dan bahkan saat ini penelitian mengenai hal ini masih belum terlalu banyak kemajuan. Dengan demikian seseorang dapat membuat perkiraan awal mengenai isu yang ada dan untuk menilai teori serta dampak terhadap media massa lain dan bersifat alamiah

dari komunikasi itu sendiri. Sebagai petunjuk awal terhadap topik ini, sangat berguna untuk melihat hubungan antara media personal dengan media massa, sebagaimana yang telah dikonsepsikan oleh Marika Luders (2008). (McQuail, 2010: 149).

Asumsi dasarnya adalah bahwa perbedaan antara komunikasi massa dan personal tidak lagi jelas karena teknologi yang sama dapat digunakan untuk tujuan tersebut. Perbedaannya hanya dapat memahami dimensi sosial, berkaitan dengan jenis aktifitas dan hubungan sosial yang terlibat. Alih alih konsep media, luders memilih istilah bentuk media yang merujuk pada aplikasi khusus dari teknologi internet, seperti berita daring, jejaring sosial atau media sosial, dan lain-lain (McQuail, 2010: 149).

1.2.4.3 Tinjauan Umum Tentang Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play.

Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

Perusahaan Burbn, Inc. berdiri pada tahun 2010, perusahaan teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 peranti bergerak, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan iPhone yang isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi Instagram.

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook. Kegunaan utama Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto di *iDevice* tersebut.

1.2.4.4 Tinjauan Umum Komunikasi Visual

Efektivitas pesan menjadi tujuan utama dari desain komunikasi visual. Berbagai bentuk desain komunikasi visual seperti iklan, fotografi jurnalistik, poster, kalender, brosur, film animasi, karikatur, acara televisi, video clip, web design, cd interaktif adalah di antara bentuk-bentuk komunikasi visual, yang melaluinya pesan-pesan tertentu disampaikan dari pihak pengirim (desainer, produser, copy writer) kepada penerima (pengamat, penonton, pemirsa). (Piliang, 2010: 339)

Fungsi komunikasi mengharuskan ada relasi (satu atau dua arah) antara pengirim dan penerima pesan, yang dimediasi oleh media tertentu. (Piliang, 2010: 340)

Meskipun fungsi utamanya adalah fungsi komunikasi, tetapi bentuk-bentuk komunikasi visual juga mempunyai fungsi signifikasi, yaitu fungsi dalam menyampaikan sebuah konsep, isi atau makna. Ini berbeda dengan bidang lain, seperti seni rupa (khususnya seni rupa modern) yang tidak mempunyai fungsi khusus komunikasi seperti itu, akan tetapi ia memiliki fungsi signifikasi. Fungsi signifikasi adalah fungsi dimana penanda yang bersifat konkrit dimuati dengan konsep-konsep abstrak, atau makna, yang secara umum disebut petanda (Piliang, 2010: 340).

1.2.4.5 Tinjauan Umum Tentang Makna

Salah satu cara yang digunakan para ahli untuk membahas lingkup makna yang lebih besar adalah dengan membedakan antara makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif ialah makna yang biasa kita temukan dalam kamus sebagai contoh, di dalam kamus kata mawar berarti “sejenis bunga” sedangkan makna konotatif ditambah dengan segala gambaran, ingatan, dan perasaan yang ditimbulkan oleh kata mawar itu.

Definisi Denotasi yang di kutip oleh Drs. Alex Sobur adalah hubungan yang digunakan di dalam tingkat pertama pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan penting di dalam ujaran. Makna denotasi bersifat langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda, dan pada intinya dapat

disebut sebagai gambaran sebuah pertanda dan denotasi juga sebagai “makna kata kelompok kata yang didasarkan atas pertunjukan yang lugas pada sesuatu diluar bahasa atau yang didasarkan atas konvesi tertentu yang sifatnya objektif”.

Konotasi dapat diartikan sebagai aspek makna sebuah atau sekelompok kata yang didasarkan atas perasaan atau pikiran yang timbul atau ditimbulkan pada pembicara (penulis) dan pendengar (pembaca). Konotasi atau makna konotatif disebut juga makna konotasional, makna emotif, atau makna evaluative, adalah sebuah makna dimana stimulus dan respons mengandung nilai-nilai emosional. Pada dasarnya konotasi timbul disebabkan masalah hubungan social atau hubungan interpersonal, yang mempertalikan kita dengan orang lain. Karena itu bahasa manusia tidak skedar menyangkut masalah makna denotatif atau ideasional (Sobur, 2013: 266)

Brown (dalam Sobur, 2004: 256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat. Ada tiga hal yang coba dijelaskan oleh para filsuf dan linguis sehubungan dengan usaha menjelaskan istilah makna. Ketiga hal itu yakni :

1. Menjelaskan makna kata secara alamiah
2. Mendeskripsikan kalimat secara alamiah
3. Menjelaskan makna dalam proses komunikasi

Kempson (dalam Sobur, 2004: 256) berpendapat untuk menjelaskan istilah makna harus dilihat dari tiga segi :

1. Kata
2. Kalimat
3. Apa yang dibutuhkan pembicara untuk berkomunikasi

Ada beberapa pandangan yang menjelaskan ikhwal teori atau konsep makna. Model proses makna Wendell Johnson (dalam Sobur, 2004: 258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antarmanusia :

1. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan.
2. Makna berubah. Kata-kata relatif statis. Banyak kata-kata yang kita gunakan 200 atau 300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah, dan ini khususnya terjadi pada dimensi emosional dari makna.
3. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana mempunyai kaitan dengan lingkungan eksternal.
4. Peningkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati.

5. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata dalam suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna.

Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian (*event*) bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan. Banyak dari makna tersebut tetap tinggal dalam benak kita. Karenanya, pemahaman yang sebenarnya, pertukaran makna secara sempurna barangkali merupakan tujuan ideal yang ingin kita capai tetapi tidak pernah tercapai. (Sobur, 2004: 258)

1.2.4.6 Tinjauan Umum Tentang Foto

Jauh sebelum foto-foto pertama di buat dan di cetak, sejumlah ilmuwan telah melakukan pengamatan, percobaan dan membuat teori. Mo Ti (ejaan lain menyebutnya Mo Zi) seorang filsuf dan pakar rancang bangun asal Cina yang hidup pada abad ke-5 SM sudah memikirkan persoalan refleksi cahaya dalam ruang gelap. Dalam buku *the history of photography* karya Alma Davenport (1991) di sebutkan bahwa, Mo Zi sudah mengamati sebuah gejala. Apabila pada dinding ruang yang gelap terdapat lubang, maka bagian dalam ruang itu akan terelfleksikan pemandangan di luar ruang secara terbalik lewat lubang tadi. Arbain Rambey (dalam Burhanuddin, 2014: 10), Mozi sudah membuat prinsip-prinsip kamera lubang jarum atau kamera obscura. Kamera ini disebutnya sebagai “koleksi plat” atau “ruang harta karun yang terkunci.” (Burhanuddin, 2014: 10)

Semua proses fotografi hanya menghasilkan foto hitam putih, bahkan

setelah film berwarna mulai dengan mudah didapat, selama beberapa dekade kemudian fotografi hitam putih masih mendominasi. Pertimbangan fotografer masih menggunakan foto hitam putih karena penggunaan biaya yang lebih rendah dan kesan klasiknya. Nada dan kontras antara bayangan terang dan gelap mendefinisikan fotografi menjadi hitam dan putih. Jennifer (dalam Burhanuddin, 2014: 18)

Hingga era digital saat ini masih banyak fotografer yang terus membuat foto *monokrom*, alasan mereka sering kali belum tergantikannya ketahanan gambar *monokrom* yang diproses dari material yang berbasis perak halide. Oleh karenanya sejumlah gambar digital berwarna secara sengaja diolah menggunakan berbagai teknik agar menjadi foto hitam putih, bahkan ada pabrik yang memproduksi kamera digital eksklusif menghasilkan foto digital *monokrom*. (Burhanuddin, 2014: 18-19)

Foto berwarna mulai dieksplorasi sejak pertengahan abad ke-19, namun dalam percobaan awal foto warna membutuhkan eksposur yang sangat panjang (jam atau hari) dan hasilnya juga tidak tahan lama. Butuh waktu sampai ditemukan teknik untuk mencegah warna cepat memudar bila terkena cahaya putih. Menurut buku yang saya kutip ini, sebenarnya eksperimen dalam membuat foto berwarna sudah dimulai sejak tahun 1861. Tahun itu upaya yang didemonstrasikan oleh ahli fisika Skotlandia, James Clerk Maxwell, dapat dikatakan berhasil. Untuk ilustrasi dalam kelas visi warna yang dipandunya, ia menemukan jalan untuk membuat ilustrasi warna dari pita kain berwarna sesuai dengan warna aslinya. Cara yang dipakai adalah dengan memproyeksikan tiga negative yang

bergambar sama dengan tiga filter warna, merah, hijau, biru, yang ketika dihasilkan satu gambar yang berwarna. Metode yang digunakan Maxwell kini dikenal dengan istilah *additive color mixing* (penggabungan warna dengan penambahan). (Burhanuddin, 2014: 19)

Pada tahun 1869, Louis Docus du Hauron dan Charles Cros, keduanya berasal dari Perancis, memperkenalkan teori *subtractive color mixing* (penggabungan warna dengan pengurangan), yang kemudian menjadi dasar dalam mencetak foto berwarna hingga sekarang ini. Pada tahun 1907 *Autochrome*, proses fotografi warna yang paling awal diproduksi secara massal. Dipatenkan pada tahun 1903 oleh Lumiere bersaudara di Perancis, untuk pertama kalinya “lembar kaca” untuk foto warna sukses secara komersial. (Burhanuddin, 2014: 19)

Kini dengan beralihnya fotografi konvensional ke digital, banyak sekali hal yang dimudahkan. Kita tidak disibukan lagi dengan penyimpanan negatif film/*slide* yang sangat banyak. Dalam satu rol film isi 36, belum tentu ke-36 frame di sana berguna. Tapi biasanya frame-frame tidak berguna itu terpaksa tetap disimpan untuk keutuhan film itu sendiri agar rapi dan tidak tercerai-berai. Dalam fotografi digital, kita bisa menyimpan hanya yang diperlukan saja. Saat mencari yang kita butuhkan pun, dengan bantuan fasilitas *search*, sebuah foto digital sangat mudah ditemukan lagi. (Burhanuddin, 2014: 23)

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kualitatif deskriptif, Bogdan dan Taylor menyatakan bahwa prosedur penelitian

yang menghasilkan deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. (Bungin, 2001: 26)

Metode kualitatif memandang realitas sebagai suatu yang berdimensi banyak, suatu kebutuhan yang utuh dan berubah-ubah. Karena itulah dalam penelitian kualitatif, rancangan penelitian tidak disusun secara rinci sebelum penelitiannya dimulai. Untuk alasan itu pula, pengertian kualitatif sering disosialisasikan dengan teknik analisis data dan penulisan laporan penelitian.

Untuk membahas mengenai proses dan hal-hal yang berkenaan dengan kegiatan berbagi foto dalam media sosial instagram, peneliti mengumpulkan data melalui teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk :

- 1 Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
- 2 Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
- 3 Membuat perbandingan atau evaluasi.
- 4 Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme

Teori konstruktivisme atau konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Delia dan

rekan-rekan sejawatnta. Konstruktivisme ini lebih berkaitan dengan program penelitian dalam komunikasi antarpersona. Sejak 1970-an para akademis mengembangkan komunikasi antarpersona secara sistematis dengan membuat peta terminologi secara teoritis dan hubungannya dengan mengolaborasi sejumlah asumsi, serta uji coba teori dalam ruang lingkup situasi produk pesan. (Ardianto, 2007: 157)

Robyn Penmann merangkum kaitan konstruktivisme dalam hubungannya dengan ilmu komunikasi:

- 1 Tindakan komunikatif sifatnya sukarela. Pembuat komunikasi adalah subjek yang memiliki pilihan bebas, walaupun lingkungan sosial membatasi apa yang dapat dan telah dilakukan. Jadi tindakan komunikatif dianggap sebagai tindakan sukarela, berdasarkan pilihan subjeknya.
- 2 Pengetahuan adalah sebuah produk sosial. Pengetahuan bukan sesuatu yang objektif sebagaimana diyakini positivism, melainkan diturunkan dari interaksi dalam kelompok sosial. Pengetahuan itu dapat ditemukan dalam bahasa, melalui bahasa itulah konstruksi realitas tercipta.
- 3 Pengetahuan bersifat kontekstual, maksudnya pengetahuan merupakan produk yang dipengaruhi ruang waktu dan akan dapat berubah sesuai dengan pergeseran waktu.
- 4 Teori-teori menciptakan dunia, teori bukanlah alat melainkan suatu cara pandang yang ikut memengaruhi pada cara pandang kita terhadap realitas atau dalam batas tertentu teori menciptakan dunia. Dunia disini bukanlah “segala sesuatu yang ada” melainkan “segala sesuatu yang menjadi lingkungan hidup

dan penghayatan hidup manusia”, jadi dunia dapat dikatakan sebagai hasil pemahaman manusia atas kenyataan di luar dirinya.

5 Pengetahuan bersifat sarat nilai.

Lebih jauh lagi, Panmann kemudian merumuskan empat kualitas komunikasi. Baginya komunikasi harus bersifat konstitutif (menciptakan dunia), kontekstual (sesuai dan tergantung ruang dan waktu), beragam (muncul dalam bentuk yang berbeda-beda, tidak tunggal), dan tidak lengkap (selalu dalam proses, terus berubah).

Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. George Keely menegaskan cara pemahaman pribadi seseorang dilakukan dengan pengelompokan peristiwa menurut persamaan dan perbedaannya. Perbedaan ini menjadi dasar penilaian ihwal sistem kognitif individual yang bersifat pribadi dan karenanya berbeda dengan konstruksi sosial. Aliran ini meyakini bahwa sistem kognitif individu berkembang kompleks. Individu yang cerdas secara kognitif dapat membuat banyak perbedaan dalam satu situasi di banding orang yang secara kognitif lemah. Inilah yang disebut *diferensiasi kognitif*. *Diferensiasi* ini memengaruhi bagaimana pesan menjadi kompleks.

Delia dan koleganya kemudian menegaskan hubungan antara kompleksitas kognitif dengan tujuan dari pesan. Pesan sederhana hanya memiliki satu tujuan sementara pesan kompleks memiliki banyak tujuan. Dalam komunikasi

antarpersona pesan-pesan sederhana berupaya mencapai keinginan satu pihak saja tanpa mempertimbangkan keinginan orang lain. Sementara pesan kompleks dirancang memenuhi kebutuhan orang lain. Pada pesan kompleks inilah komunikasi antarpersona dapat tercipta. Konstruksionisme dengan demikian dapat dikategorikan komunikasi yang berpusat pada orang. Pada sisi lain, komunikasi yang berpusat pada orang dan diferensiasi kognitif menunjukkan adanya desain pesan. (Ardianto, 2007: 158)

1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Deskriptif Kualitatif

Pendekatan penelitian dalam studi ini adalah pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki karakteristik, penelitian yang datanya dinyatakan dalam keadaan sewajarnya atau sebagaimana adanya (*natural setting*), sedangkan yang menjadi objek penelitian kualitatif adalah seluruh bidang atau aspek kehidupan manusia yakni manusia dengan segala sesuatu yang dipengaruhi manusia.

Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Penelitian kualitatif menggunakan observasi terstruktur dan tidak terstruktur dan interaksi komunikatif sebagai alat mengumpulkan data, terutama wawancara mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memberikan gambaran secara keseluruhan.

Secara sederhana menurut Mulyana bahwa definisi dari penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya.

Penggunaan berbagai metode ini sering disebut triangulasi dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Sesuai dengan prinsip peneliti kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami, atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut.

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi *purposive*. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti.

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan

Menurut Kuswarno (2009: 62), ciri-ciri informan dalam penelitian paling tidak memenuhi kriteria adalah sebagai berikut :

1. Informan biasanya terdapat dalam satu lokasi
2. Informan adalah orang yang mengalami secara langsung peristiwa yang menjadi bahan penelitian
3. Informan mampu untuk menceritakan kembali peristiwa yang telah Dialaminya
4. Memberikan kesediannya secara tertulis untuk dijadikan informasi peneliti, jika diperlukan.

Proses pendekatan yang dimaksud adalah apa yang disebut Creswell sebagai “*Gaining access and Making Rapport*” (dalam Kuswarno (2009: 131). Dengan demikian proses pendekatan yang dilakukan oleh peneliti dengan 2 cara untuk mendapatkan akses terhadap subjek dalam penelitian yaitu melalui guide dan member kesan pertemuan tidak sengaja. (Kuswarno, 2009: 132).

Informan adalah orang yang berada pada lingkup penelitian, artinya orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi informan harus memiliki banyak pengalaman tentang masalah penelitian dan secara sukarela menjadi sumber informasi meskipun tidak secara formal, mereka dapat memberikan pandangannya.

1.3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan tepatnya pada lingkungan Universitas Langlangbuana Bandung, alasan pemilihan tempat tersebut karena mahasiswa Universitas Langlangbuana sebagai informan utama dalam penelitian ini.

1.3.3.2 Waktu Penelitian

Penulisan skripsi ini direncanakan selama 6 bulan yaitu dimulai dari bulan Maret 2017 sampai dengan Agustus 2017, seperti dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	JADWAL KEGIATAN PENELITIAN TAHUN 2017					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
1	Observasi Awal						
2	Penyusunan Proposal Skripsi						
3	Bimbingan Proposal Skripsi						
4	Seminar Proposal Skripsi						
5	Perbaikan Proposal Skripsi						
6	Pelaksanaan Penelitian						
7	Analisis Data						
8	Penulisan Laporan						
9	Konsultasi						
10	SeminarDraft Skripsi						
11	Sidang Skripsi						
12	Perbaikan Skripsi						

1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode mengumpulkan data adalah cara atau teknik bagaimana data itu bisa ditemukan, digali, dikumpulkan, dikategorikan, dan dianalisis. Pengumpulan data penelitian dilakukan secara seksama dengan memilih data, menentukan data dan informasi yang dipandang dapat mendukung upaya penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.4.1 Studi Litelatur

Studi Literatur atau teknik pengumpulan data dengan membaca dari berbagai buku, makalah, diktat, proposal, dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

1.3.4.2 Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan langsung agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang di kombinasikan dengan observasi partisipasi. (Ardianto, 2014: 178).

Wawancara mendalam (*insentiv depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Biasanya wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi partisipasi atau observasi terlibat. Pada wawancara mendalam

ini, pewawancara tidak mempunyai kontrol atas tanggapan informan. Artinya informan bebas memberikan jawaban–jawaban yang lengkap, mendalam bila perlu tidak ada yang disembunyikan.

Wawancara akan dilakukan secara mendalam untuk memperoleh kedalaman informasi. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dalam dari informan-informan kunci yang memiliki kompetensi untuk memberikan data yang lengkap dan dapat dipertanggung jawabkan, berkaitan mengenai permasalahan yang menjadi topik kajian.

Langkah-langkah umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara adalah sebagai berikut:

- 1 Peneliti memasuki tempat penelitian dan melakukan pengamatan pada mahasiswa Universitas Langlangbuana.
- 2 Setiap berbaur ditempat penelitian, peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat apapun yang berhubungan dengan fokus penelitian.
- 3 Di tempat penelitian, peneliti juga berusaha, mengenali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini, yakni seputar makna berbagi foto sebagai bentuk eksistensi diri.
- 4 Peneliti juga membuat kesepakatan dengan sejumlah informan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait makna berbagi foto sebagai bentuk eksistensi diri dan juga segala yang berhubungan dengan makna berbagi foto di media sosial khususnya pada instagram .
- 5 Peneliti berusaha menggali selengkap mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

1.3.4.3 Teknik Observasi Terlibat

Teknik ini digunakan untuk memperoleh pengetahuan yang tidak terbahasakan yang tidak didapat hanya dari wawancara. Seperti yang dinyatakan Denzin (dalam Mulyana, 2008: 163), pengamatan berperan serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara, partisipasi dan observasi langsung sekaligus dengan introspeksi. Sehubungan dengan hal ini, maka dalam penelitian lapangan peneliti turut terlibat langsung kedalam berbagai aktivitas pada mahasiswa Universitas Langlangbuana yang aktif menggunakan media sosial khususnya pada instagram.

1.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis dari kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982 yang dikutip Moleong, 2010: 248) merupakan upaya “mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola ”mensistemsikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”. Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

1 Mentranskripsikan data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan dan rekaman kedalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkrip. Dalam hal ini peneliti dibantu oleh tim Dosen Pembimbing.

2 Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klarifikasi data berdasarkan item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

3 Verifikasi

Pada tahap ini, data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sejumlah data, terutama data yang berhubungan dengan gambaran umum tentang makna berbagi foto sebagai bentuk eksistensi diri di media sosial.

4 Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini, data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan dideskripsikan. Peneliti berusaha mengkoneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut. Peneliti menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

1.3.6 Validitas Data

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode.

1 Triangulasi Data

Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang

dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah-langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan, selain itu juga dilakukan *cross check* data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

2 Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan untuk mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis.