

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 1970-an perkembangan teknologi informasi yang sangat menakjubkan terjadi. Konvergensi antara teknologi komputer dan telekomunikasi terbentuk dan melahirkan sebuah teknologi baru yang sangat dahsyat, yaitu internet. Meskipun demikian, perkembangan internet sempat surut hingga tahun 1990an gaung internet kembali merebak. Internet menjadi populer kembali sejak tahun 1995 dan ditandai bertambahnya secara drastis domain komersial dan jaringan *World Wide Web (WWW)*.

Internet itu sendiri merupakan sebuah kumpulan global (mendunia) ribuan jaringan komputer dan jutaan komputer pribadi yang dikelola secara bebas. Internet telah memungkinkan komunikasi antar komputer dengan menggunakan *Transmission Control Protocol* atau *Internet Protocol* (TCP/IP) yang didukung media komunikasi seperti satelit dan paket radio. Jadi, jarak jangkauannya tidak terbatas.

Sampai saat ini, internet telah banyak dibahas bahkan digunakan oleh berbagai perusahaan, organisasi, bahkan perorangan. Sudah makin banyak perusahaan, organisasi, dan perseorangan tergabung dalam jaringan internet. Sehingga membangkitkan minat bagi perusahaan, organisasi atau perseorangan yang baru ingin mengenal

internet bertanya-tanya. “apakah internet sebenarnya dan apa fasilitasnya?” (Octomo Dharma Sutedjo Budi Dkk 2007 : 22). Bahkan pada perkembangannya internet sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari sebagai pola kehidupan sosial manusia. Tanpa mengenal batasan usia, jarak dan waktu. Tidak hanya menjanjikan kemudahan dalam mencari informasi tetapi juga kemudahan dalam berkomunikasi. Hal ini pada akhirnya internet menambahkan fitur-fitur yang lebih memudahkan yaitu media sosial.

Masyarakat modern saat ini hampir tidak mungkin tidak terkena paparan media. Disadari atau tidak, media dengan segala kontennya hadir menjadi bagian hidup manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, kehadiran media makin beragam dan berkembang.. Awalnya komunikasi dalam media berjalan hanya searah, dalam arti penikmat media hanya bisa menikmati konten yang disajikan sumber media. Namun seiring perkembangan zaman, orang awam sebagai penikmat media tidak lagi hanya bisa menikmati konten dari media yang terpapar padanya. Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka. Jarak tak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi. Lama waktu terakhir bertemu pun juga tak lagi menjadi masalah. Teman yang telah 20 tahun tak bertemu pun bisa saling menemukan dan menjalin komunikasi lagi. Dan karena kemudahan penggunaannya, hampir

bisa dikatakan, siapa saja bisa mengakses dan memanfaatkan media sosial.

Menurut Purnama Hadi (2011:116) *social media* mempunyai beberapa karakteristik khusus diantaranya :

1. Jangkauan (*reach*): daya jangkauan *social media* dari skala kecil hingga khalayak global.
2. Aksesibilitas (*accessibility*): *social media* lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau.
3. Penggunaan (*usability*): *social media* relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
4. Aktualitas (*immediacy*): *social media* dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
5. Tetap (*permanence*): *social media* dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

Menurut Mayfield yang di kutip oleh Badri Muhammad (2011:133) menyebutkan saat ini ada tujuh jenis *social media*, namun inovasi dan perubahan terus terjadi. *Social media* yang ada saat ini:

1. Jejaring sosial seperti *facebook*, *myspace* dan *bebo*. Situs ini memungkinkan orang untuk membantu halaman web pribadi dan terhubung dengan teman-temannya untuk babagi konten komunikasi.

2. *Blog*, merupakan bentuk terbaik dari media sosial, berupa jurnal online dengan pemuatan tulisan terbaik, yaitu tulisan terbaru ada di halaman terdepan.
3. *Wikis* seperti *Wikipedia* dan ensiklopedia *onlinewebsite*. *Wikis* memperoleh siapa saja untuk mengisi atau mengedit informasi didalamnya, bertindak sebagai sebuah dokumen atau database komunal.
4. *Podcasts*. menyediakan *file-file audio* dan video dengan berlangganan melalui layanan seperti *Itunes* dari *Apple*.
5. *Forum*, area untuk diskusi *online*, seputar topik dan minat tertentu. *Forum* sudah ada sebelum media sosial dan menjadi komunitas *online* yang kuat dan populer.
6. Komunitas konten seperti *flickr* (untuk berbagi foto), *del.icio.us* (*link bookmarked*) dan *youtube* (*video*). Komunitas ini mengatur dan berbagi jenis konten tertentu.
7. *Microblogging*, situs jejaring sosial dikombinasikan *blog*, dimana sejumlah kecil konten (*update*) didistribusikan secara online dan melalui jaringan *mobile phone*, *twitter* adalah pemimpin layanan ini.

Dari definisi di atas peneliti menarik kesimpulan bahwa social media mempunyai jenis-jenis yang beraneka ragam dan mempunyai

fungsi serta cara penggunaan yang berbeda-beda. Tetapi masih dengan tujuan yang sama untuk bertukar informasi dan mudah untuk diakses. Dan memiliki fasilitas cukup besar untuk berkomunikasi di belahan dunia, adanya media sosial telah melahirkan banyak media sosial yang diawali dengan *Friendster*, *Twitter*, *Facebook*, *Wechat*, *Kakaotalk*, *Line*, *Whatsapp*, *Instagram* dan masih banyak media sosial lain dengan keunggulan dan ciri khas masing-masing.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram merupakan suatu aplikasi media sosial yang berbasis Android untuk Smartphone, iOS untuk iPhone Blackberry, Windows Phone dan bahkan yang terbaru saat ini juga bisa dijalankan di komputer atau PC. Namun untuk penggunaan di dalam komputer tidak akan bisa sama sepenuhnya dengan yang ada pada perangkat mobile phone.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti ingin mengetahui Persepsi Mahasiswa FISB UGJ Cirebon tentang Endorsment Fadil Jaidi Melalui Sosial Media Instagram.

1.3 Identifikasi Masalah

Untuk lebih dapat terarah dan tidak terjadinya kesalah pahaman ini, maka dalam penelitian ini perlu mengemukakan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah persepsi mahasiswa FISIB UGJ Cirebon tentang penggunaan media sosial *Instagram* membangun komunikasi?
2. Apa faktor-faktor yang mendorong mahasiswa FISIB UGJ Cirebon dalam memilih media sosial *Instagram* Fadil Jaidi?
3. Apa upaya yang terjadi pada mahasiswa FISIB UGJ Cirebon saat menggunakan sosial media *Instagram* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa FISIB UGJ Cirebon terhadap penggunaan media sosial *Instagram* dalam membangun komunikasi.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong Mahasiswa FISIB UGJ Cirebon dalam memilih media sosial *Instagram* Fadil Jaidi.
3. Untuk mengetahui apa Apa dampak yang terjadi pada mahasiswa FISIB UGJ Cirebon saat menggunakan sosial media *Instagram* ?

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu dan institusi/lembaga yang menjadi lokasi penelitian serta pihak-pihak lain yang terkait dengan masalah yang diteliti, diantaranya sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya untuk penulis dan seluruh mahasiswa dengan dilakukannya penelitian tentang Persepsi Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial *Instagram*.
2. Kegunaan praktis Dalam penelitian ini diharapkan untuk :
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pemahaman bagi mahasiswa FISIB UGJ Cirebon terhadap persepsi Media Sosial *Instagram* dalam membangun komunikasi.
 - b. Peneliti Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Komunikasi Massa

Komunikasi Massa Komunikasi massa dalam bentuk yang paling sederhana, komunikasi adalah transmisi pesan dari suatu sumber kepada penerima. Cara yang paling nyaman untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini:

1. Siapa ?
2. Berkat apa ?
3. Melalui saluran apa ?
4. Kepada siapa ?
5. Dengan efek apa ? (Stanley, 2012:05)

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu (Nina, 2011:36).

Dengan berkomunikasi kita dapat berinteraksi dengan siapa saja, kapan saja, dan dengan media apa saja. salah satu media komunikasi yang digunakan oleh masyarakat khususnya mahasiswa adalah komunikasi dengan sesama pengguna Twitter dan alat komunikasi tersebut yaitu handphone.

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana (dalam Nurudin, 2017:3), yakni :

“Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa). Media massa apa? Media massa (atau saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain-

lain. Jadi disini jelas media massa menunjukan pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi”. Dalam hal ini kita juga perlu membedakan massa dalam arti "umum" dengan massa dalam arti komunikasi massa.

Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi. keduanya dikenal sebagai media elektronik: surat kabar dan majalah, keduanya disebut sebagai media cetak: serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop (Ardianto et.al, 2007:3).

Di samping memiliki ciri-ciri khusus, komunikasi massa juga memiliki fungsi. Sebagai fungsi komunikasi massa menurut Alexis S. Tan yang bisa dilihat dari cirri komunikator dan audience-nya (dalam Nurudin, 2017: 64-65) adalah :

1. *Member informasi*, Mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji kenyataan, meraih keputusan.
2. *Mendidik*, Memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna memfungsikan dirinya secara efektif dalam cocok agar diterima dalam masyarakatnya, mempelajari nilai, tingkah laku yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.

3. *Mempersuasi*, Memberi keputusan, mengadopsi nilai, tingkah laku, dan aturan yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.

4. *Menyenangkan*, *memuaskan kebutuhan* *komunikasi*, Menggembirakan, mengendorkan urat saraf, menghibur, dan mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi. Sejalan dengan tingkat perkembangan masyarakat dan teknologi komunikasi, fungsi komunikasi massa di atas sudah terbilang usang, untuk tidak mengatakan sudah ketinggalan zaman. Dalam perspektif kritis, fungsi komunikasi massa bisa ditambah sebagai berikut; 1) melawan kekuasaan dan kekuatan represif, 2) menggugat hubungan trikotomi antara pemerintah, pers, dan masyarakat.

1.6.2 Teknologi Komunikasi Modern

Setiap kemajuan utama dalam teknologi komunikasi yang besar telah mempengaruhi kebudayaan. seperti mesin cetak yang telah mengubah budaya Eropa Barat. Kini, kendati masih menjadi perdebatan para ahli. televisi dan komputer mempunyai dampak yang sama seperti keajaiban Guttenberg. Munculnya majalah, surat kabar, film. radio. televisi, dan internet telah menciptakan budaya berbeda.

Surat kabar dan majalah berpanga pasar besar. sedangkan Film dan radio membantu menyatukan negeri yang *pluralistic*

dan *multietnik*. Melalui jaringan Komputer, seseorang dapat berkomunikasi secara instan dengan satu orang atau 10 juta orang. Orang mencari dan memperoleh kembali informasi dan perpustakaan bergengsi di dunia, surat kabar dan database tanpa meninggalkan rumah mereka (Ardianto *et.al*, 2007:214).

Teknologi komunikasi modern sangat membantu orang untuk berkomunikasi karena teknologi ini berbasis internet. Internet dapat dijangkau untuk kalangan masyarakat khususnya mahasiswa. Mahasiswa dapat mencari dan memperoleh berbagai informasi dengan praktis tanpa harus meninggalkan rumah dan dapat memperoleh informasi kapan saja. Seiring perkembangan teknologi, mahasiswa pun mengikuti perkembangan tersebut. Salah satu teknologi komunikasi modern saat ini adalah *Instagram*.

1.6.3 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, *jejaring sosial*, *wiki*, *forum* dan *dunia virtual*. *Blog*, jejaring sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet

yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan komunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook*, *Path*, *Instagram*, *myspace* dan *twitter*. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan *internet*. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan member kontribusi dan *feedback* / umpan balik secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *facebook* atau *instagram* misalnya, bisa dilakukan dimana saja. Karena kecepatan media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita. Pesatnya perkembangan media sosial ini dikarenakan semua orang bisa memiliki media sendiri. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan sosial media dan jejaring *internet*. Kita sebagai pengguna sosial media dengan bebas mengedit, menambahkan, memodifikasi baik

tulisan, gambar, video, grafis dan berbagai model content lainnya.

Salah satu media social yang paling sering digunakan adalah Instagram sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram merupakan suatu aplikasi sosial media yang berbasis Android untuk Smartphone, iOS untuk iPhone Blackberry, Windows Phone dan bahkan yang terbaru saat ini juga bisa dijalankan di komputer atau PC. Namun untuk penggunaan di dalam komputer tidak akan bisa sama sepenuhnya dengan yang ada pada perangkat mobile phone. Hal ini dilansir pada www.wikipedia.com Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut:

- a) Home Page, Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

- b) Comments Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentar di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.
- c) Explore, Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.
- d) Profil, Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai Informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.
- e) News Feed, News feed merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”.

Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

1.6.4 Persepsi

Persepsi adalah inti komunikasi. sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi. yang identik dengan penyandian balik (decoding). Persepsi mencakup penginderaan (sensasi) melalui alat-alat/ panca indra (mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah), atensi, dan interpretasi. (Riswandi.2009:49).

1. SENSASI

Merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak melalui alat-alat panca indra manusia. Panca indra adalah reseptor yang berfungsi sebagai penghubung antara otak manusia dengan lingkungan sekitar.

2. ATENSI

Atau perhatian berarti sebelum manusia merespons atau menafsirkan objek atau kejadian atau mngsangan apapun. manusia atau kita terlebih dahulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Jadi persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi. termasuk orang lain atau diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan

yang menarik perhatian. cenderung dianggap lebih penting dari pada yang tidak menarik perhatian. Rangsangan seperti ini biasa nya menjadi penyebab kejadian-kejadian berikutnya. Itulah sebabnya orang yang paling kita perhatikan cenderung dianggap orang yang paling berpengaruh. Dengan perkataan lain, kita akan memperhatikan apa yang kita anggap bermakna bagi kita, dan kita tidak akan memperhatikan apa yang tidak bermakna bagi kita.

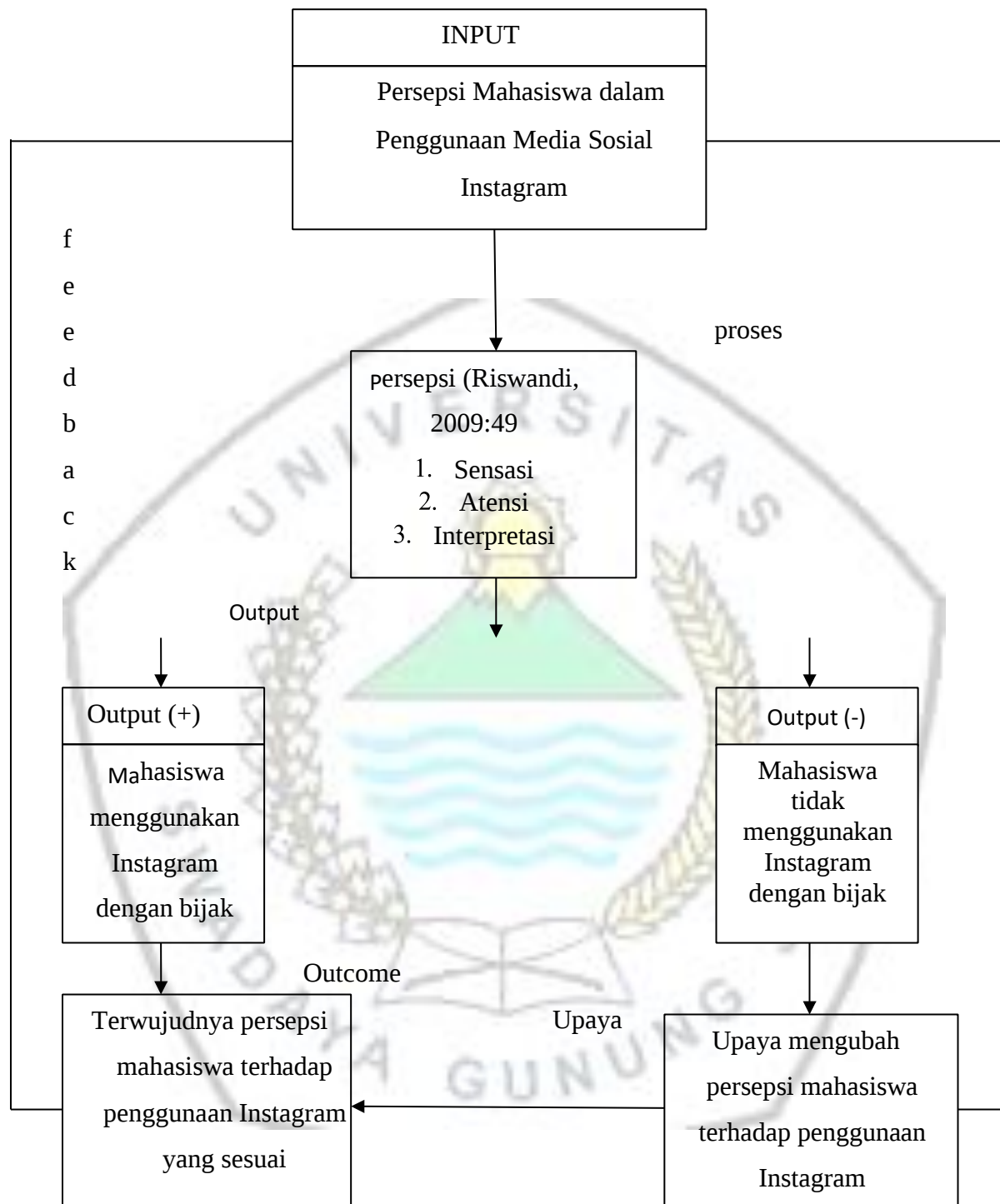
3. INTERPRETASI

Adalah tahap terpenting dari persepsi. yaitu menafsirkan atau memberi makna atas informasi yang sampai kepada kita melalui panca indra. (Riswandi. 2009:50)

Persepsi terdiri dari tiga aktivitas. yaitu : seleksi, organisasi dan interpretasi. Yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi. Sedangkan organisasi melekat pada interpretasi. yang dapat didefinisikan sebagai “meletakan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan bermakna.” Sebenarnya kita sulit membedakan sensasi dengan persepsi Misalnya. apa yang terjadi ketika anda membawa bunga mawar? Apakah anda terlebih dulu merasakan sensai fisiologis (bau) dan kemudian persepsi psikologis (aroma menyenangkan yang berkaitan dengan bunga

mawar) ? kedua hal itu terjadi secara serempak. Sebenarnya, ketiga tahap persepsi (sensasi, atensi dan interpretasi, atau seleksi, organisasi dan interpretasi) tidak dapat dibedakan secara tegas, kapan satu tahap berakhir dan kapan tahap berikutnya mulai. Dalam banyak kasus ketiga tahap tersebut berlangsung serempak (Mulyana,2007:181).





Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

1.7 Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.7.1 Definisi Konsep Penelitian

1. Komunikasi Massa adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu
2. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”.
3. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram merupakan suatu aplikasi sosial media yang berbasis Android untuk Smartphone, iOS untuk iPhone Blackberry, Windows Phone dan bahkan yang terbaru saat ini

juga bisa dijalankan di komputer atau PC. Namun untuk penggunaan di dalam komputer tidak akan bisa sama sepenuhnya dengan yang ada pada perangkat mobile phone.

4. Persepsi, Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna. Persepsi meliputi semua sinyal dalam system saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisisik atau kimia dari organ pengindra. Seperti misalnya penglihatan yang merupakan cahaya yang mengenai retina pada mata, pencium yang memakai suara. Persepsi bukanlah penerimaan isyarat secara pasif, teatapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persespsi bergantung pada fungsi kompleks system saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi diluar kesadaran.

1.7.2 Operasional Konsep Penelitian

Tabel 1.1
Operasional Konsep Penelitian

KONSEP	DIMENSI	PARAMETER
	1. Sensasi	a. Stimuli yang muncul dalam menggunakan Instagram b. Konten yang diperoleh dari panca indera terhadap pengguna Instagram

Persepsi (Riswandi,2009:49)	2. Atensi	a. Perhatian pada obyek yang bermakna b. Ketertarikan mahasiswa menggunakan Instagram
	3. Interpretasi	a. Pemaknaan persepsi mahasiswa dalam menggunakan Instagram b. Sikap Terhadap story endorsement fadil Jaidi

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Metode penelitian yang digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif menurut rahmat (2005: 24-26), penelitian deskriptif ditujukan untuk :

- a. Mengumpulkan informasi secara aktual dan terperinci
- b. Mengidentifikasi masalah
- c. Membuat perbandingan atau evaluasi
- d. Menemukan 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.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretative (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Denzin dan Lincoln (dalam Mulyana dan Solatun 2007:5) peneliti kualitatif

laazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami, menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut.

1.8.2 Informan dan teknik pemilihan informan

Informan adalah orang yang berada dan terkait pada lingkup penelitian. artinya orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian kepada peneliti. Adapun informan tersebut adalah :

Mahasiswa/Mahasiswi FISB Universitas Swadaya Gunung Jati (UGJ) Cirebon, karena hanya beberapa mahasiswa/i yang mengikuti Fadil Jaidi, maka peneliti tertarik untuk meneliti Mahasiswa/mahasiswi FISIB UGJ. Peneliti menyimpulkan akan mengambil 5 mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi dan 1 mahasiswa/i Prodi Ilmu Administrasi Negara.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam metode penelitian sebagai berikut :

1. Riset Kepustakaan (Library research)

Riset kepustakaan menurut Supranto, yaitu untuk mengumpulkan data-data dan teori dalam penelitian ini maka peneliti mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan.

(Ruslan,2008:31).

2. Observasi

Observasi menurut Weick (dalam Rakhmat, 2005:83) observasi sebagai “pemilihan. pengubahan, pencatatan, dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organism in situ, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris”. Pemilihan menunjukkan bahwa pengamat ilmiah mengedit dan memfokuskan pengamatnya secara sengaja atau tidak sengaja. Pengubahan berarti observasi tidak hanya dilakukan secara pasif. Pencatatannya adalah upaya merekam kejadian-kejadian dengan menggunakan catatan lapangan, sistem kategori, dan metode-metode lainnya. Pengodean berarti proses menyederhanakan catatan-catatan ini melalui metode reduksi data.

Observasi ini akan digunakan untuk mengamati secara langsung tentang interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi antara siswa sebagai informan dengan peneliti. Data yang akan dikumpulkan dalam dua bentuk yaitu interaksi dan percakapan. Artinya selain perilaku verbal juga perilaku non verbal dari informan. Observasi ini juga untuk mengamati argumen-argumen mahasiswa tentang, persepsi menggunakan Instagram.

3. Wawancara Mendalam (Depth Interview)

Wawancara mendalam adalah metode penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informan yang lengkap dan detail dari informan. Pada wawancara mendalam peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban (Kriyantono.2002:93).

Pedoman dalam wawancara biasanya tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data dan informasi yang ingin diperoleh dari informan, dan lebih efektif menggunakan Bahasa yang informal, agar terjalin hubungan dengan informan, dan lebih efektif menggunakan Bahasa yang informal, agar terjalin hubungan dengan informan.

Wawancara mendalam diakhiri bila data yang diperoleh sudah mencukupi untuk menjawab tujuan penelitian, atau bila "data jenuh". karena tidak ada sesuatu yang baru lagi yang harus diungkap. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan Mahasiswa Universitas Swadaya Gunung Jati.

4. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa

berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang.

5. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi menurut Moleong (2010: 330) yaitu teknik memeriksa keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data yang untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan/pengecekan keabsahan data dengan membandingkan berbagai data yang diperoleh dengan caracheck, recheck, dan cross check terhadap data itu. Triangulasi dapat dilakukan berbagai cara :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan lapangan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan orangnya secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan

menengah tinggi, orang berada, orang pemerintahan.

- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen saling berkaitan

Penelitian kualitatif, berikut data yang diterima absah/akurat jika memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Ada kesamaan data dari hasil wawancara dengan informan data yang dinyatakan akurat jika untuk pertanyaan yang sama diperoleh. Data atau jawaban yang sama dari informan. Jika jawaban informan berbeda, maka data itu belum akurat peneliti harus melakukan triangulasi lagi dengan cara check recheck dan cross check sampai diperoleh data atau informasi yang sama
2. Ada kesamaan data antara hasil wawancara dengan hasil pengamatan. Jika data hasil wawancara dengan hasil pengamatan tidak sama, maka data itu tidak absah atau akurat. Peneliti baru melakukan triangulasi lagi dengan cara check recheck dan cross check sampai diperoleh data atau informasi yang sama.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif, peneliti menganalisis data dengan cara menjelaskan dengan bentuk yang logis. Menurut Sugiyono (2012:244). teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakuknn sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model analisis seperti yang telah diberikan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono. 2012:246), yaitu :

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Karena semakin lama peneliti kelapangan akan semakin banyak jumlah datanya, kompleks dan rumit. Data yang telah direduksiakan

memberikan gambaran yang jelas untuk peneliti. sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah berikutnya adalah penyajian data. Data yang disajikan oleh peneliti dilakukan dalam bentuk uraian singkat dari hasil wawancara yang dilakukan tabel, hubungan antar kategori yang disesuaikan dengan reduksi yang telah ditentukan. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2012:249) menyatakan : *“The next request form of display data for qualitative research data in the pas has been narative tex”* artinya : yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami tersebut.

3. Verifikasi Data dan Menarik Kesimpulan

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan

memang telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya). Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

1.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi yang diambil dalam penelitian dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Endorsment Fadil Jaidi Melalui Sosial Media Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa FISB Universitas Swadaya Gunung Djati Cirebon) adalah di kampus Universitas Swadaya Gunung Jati, Jalan Terusan Pemuda Cirebon – Jawa Barat.

Penelitian akan dilakukan selama bulan Mei 2022. Diawali dengan melakukan tahap persiapan literature, pengamatan. Tahap pelaksanaan seperti bimbingan dan pembuatan proposal, seminar proposal, penelitian samapai dengan sidang skripsi.

TABEL 1.2

JADWAL PENELITIAN

NO	KEGIATAN PENELITIAN	JADWAL/BULAN 2022															
		MEI				JUNI				JULI				AGUSTUS			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Tahap Persiapan																
2	Pengajuan dan Penetapan Judul																
3	Bimbingan dan Penyusunan Proposal Penelitian																
4	Seminar Proposal																
5	Penelitian																
6	Seminar Draft																
7	Sidang Skripsi																

