

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial atau *social media* merupakan bentuk dari aplikasi komunikasi virtual sebagai bentuk dari hasil Kemajuan Teknologi dan Komunikasi (TIK) atau *Information Technology Communication* (ICT). Keberadaan media sosial ini tentunya tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat zaman sekarang yang semuanya serba canggih dan juga cepat dalam hal apapun. Dalam perkembangannya, media sosial ini telah menggeser media konvensional dan media tradisional, seperti radio, televisi, dan media cetak. Hal itu disebabkan karena keunggulan dari media sosial ini sendiri, yang semua penggunaannya bisa mengakses dimana pun, kapan pun dan bisa mengedit isi dengan menambah atau mengurangi, memodifikasi dalam bentuk tulisan, gambar, video, dan grafis.

Pada dasarnya, manusia merupakan makhluk sosial yang tidak akan bisa sendiri dan selalu bergantung kepada manusia lainnya. Dengan adanya media sosial yang sedang merebak pada saat ini, manusia bisa berkomunikasi, bertukar kabar, menyebarkan dan mendapatkan informasi dengan sangat mudah dan cepat. Kehadiran media sosial juga membuat semua orang lebih berani dalam berekspresi dan berpendapat tentang semua hal yang mereka sukai ataupun tidak disukai. Kehadiran media sosial tentunya sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari pada semua lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, dan orang dewasa. Mereka tentu mempunyai aplikasi favorit yang selalu dipakai untuk berbagi pengalaman, informasi, bertukar kabar dan sebagainya.

Media baru atau *new media* merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:148). Media baru hadir dari berbagai

inovasi media lama yang kurang relevan lagi dengan perkembangan teknologi di zaman sekarang. Media lama seperti televisi, film, majalah, dan buku bukan redup ataupun mati begitu saja, melainkan berproses dan beradaptasi dalam bentuk media baru.

Media sosial yang secara sadar dipakai pada saat ini telah mengubah bentuk komunikasi antarindividu, hubungan antarindividu yang biasanya dilakukan secara konak langsung diambil alih oleh media sosial yang bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa adanya batasan waktu. Media sosial bisa berdampak positif dan juga negatif, seperti hal nya media sosial dapat membuat *privacy* manusia terganggu yang memungkinkan setiap manusia lainnya dapat mengetahui hampir seluruh kegiatan yang sedang dilakukan. Dalam segala aktifitas akan dengan cepat diketahui dan tersebar dengan luas pada media sosial, terlebih lagi jika orang tersebut merupakan seorang *public figure*.

Salah satu sosial media „raksasa“ yang sudah pasti sebagian besar orang sudah mengetahui atau bahkan menggunakannya. Namanya adalah Instagram, yang memang tergolong aplikasi media sosial yang sangat populer dan mulai menandingi aplikasi lainnya seperti Facebook, Twitter, BBM dan masih banyak lagi. Kepopuleran yang diraih oleh Instagram dikarenakan penggunaannya yang mudah, elegan dan tentu saja digemari oleh banyak masyarakat dari semua golongan usia di seluruh dunia.

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. Sama halnya seperti aplikasi media sosial lain, pada Instagram ini kita dapat mencari banyak teman dengan menggunakan istilah *Follow* dan *Follower* atau Mengikuti dan Pengikut, untuk saling membagikan foto, video, ataupun informasi. Interaksi bisa dilakukan dengan kegiatan *like* atau saling komen pada postingan anda ataupun teman. Bisa juga dilakukan dengan menggunakan perpesanan atau *Direct Message* (DM) dan yang paling populer saat ini yakni

InstaStory yang berupa aktivitas membagikan video secara *live* atau langsung. Adanya interaksi pada media sosial instagram ini memicu komunikasi antarpersonal *user* akun instagram tersebut, untuk sekedar berbagi informasi, gagasan, dan pemikiran yang akan menimbulkan efek.

Berdasarkan dari beberapa gambaran masalah yang ditemukan dilapangan dan hasil penelitian pada interaksi media sosial instagram, maka peneliti sangat tertarik untuk meneliti secara mendalam mengenai permasalahan adanya pro dan kontra yang terjadi pada interaksi di kolom komentar pada media sosial instagram yang tentunya dikaitkan dengan ilmu komunikasi dan mengambil judul “Persepsi *Followers* Media Sosial *Instagram @Indramayuterkini* Dalam Memberikan Informasi Kepada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimana persepsi menurut *followers* media sosial *Instagram @Indramayuterkini* dalam memberikan informasi kepada masyarakat Kelurahan Karanganyar Kecamatan Indramayu Kabupaten Indramayu ?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan tersebut maka penulis membuat identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana terjadinya persepsi diantara *followers* media sosial *Instagram @Indramayuterkini* ?
2. Apa saja faktor yang mendorong persepsi *followers* media sosial *Instagram @Indramayuterkini* ?

3. Apa upaya yang harus dilakukan agar tidak terjadi perbedaan persepsi diantara *followers* media sosial *Instagram @Indramayuterkini* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan penulisan yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui terjadinya persepsi diantara *followers* media sosial *Instagram @Indramayuterkini*.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong persepsi *followers* media sosial *Instagram @Indramayuterkini*.
3. Untuk mengetahui upaya apa yang harus dilakukan agar tidak terjadi perbedaan persepsi diantara *followers* media sosial *Instagram @Indramayuterkini*.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini, maka kegunaan penelitian yang penulis harapkan adalah sebagai berikut :

1.5.1 Secara Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian penulis tentang Persepsi *Followers* Media Sosial *Instagram @Indramayuterkini* Dalam Memberikan Informasi Kepada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Kabupaten Indramayu. Hasil dari penelitian yang penulis lakukan diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam penelitian selanjutnya dengan masalah yang sama.

1.5.2 Secara Praktis

Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat diterapkan dalam praktik nyata atau paling tidak dapat memperbaiki praktik sebelumnya, selain itu hasil ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi :

1. Admin akun *Instagram* @Indramayuterkini
2. *Followers* akun *Instagram* @Indramayuterkini
3. Peneliti dan pembaca

1.6 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan beberapa landasan penelitian terdahulu yang berasal dari skripsi maupun jurnal. Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian Rachmawati

Penelitian Rachmawati (2022), berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal (Studi Kasus Ide Proyeksi Berita Di Pekanbaru.Tribunnews.Com)”. Dalam penelitian ini jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah deskriptif. Deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu Rachmawati

Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Rachmawati	Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Awal (Studi Kasus Ide Proyeksi Berita Di Pekanbaru Tribunnews. Com	Media sosial Sebagai sumber informasi	Teori yang Digunakan yaitu New Media media komunikasi dan informasi berbasis digital	Pada era teknologi seperti sekarang ini, masyarakat lebih cenderung membagikan informasi melalui media sosial, Hadirnyamedia sosial juga membantu media mainstream mendapatkan informasi terkini yang terjadi di masyarakat dengan cepat. Tribun Pekanbaru adalah salah satu media mainstream yang memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi.

2. Penelitian Rizqi Gusti Dwi Laksana

Penelitian Rizqi Dwi Laksana (2020), berjudul “*Social MediaMarketing (Pemasaran Melalui Media Sosial) Bidang Pariwisata Di Kabupaten Indramayu*”. Dalam penelitian ini jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah deskriptif. Deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis.

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu Rizqi Dwi Laksana

Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Rizqi Dwi Laksana	<i>Social Media Marketing</i>	Pemanfaatan media sosial	Menggunakan teori <i>digital</i>	Pemanfaatan media sosial <i>Instagram</i>

	(Pemasaran Melalui Media Sosial) Bidang Pariwisata Di Kabupaten Indramayu)	Instagram	<i>marketing</i> ini sudah mengintegrasikan bauran pemasaran, bauran promosi, bauran Komunikasi dan <i>Integrated Communication Market</i> (Sulthan, 2017).	dalam mempromosikan sektor wisata Kabupaten Indramayu bahwa internet menciptakan trend baru dalam upaya mempromosikan Wisata Indramayu
--	--	-----------	---	--

3. Penelitian Muhamad Jamil Reza

Penelitian Muhamad Jamil Reza (2021), berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial *Youtube* Sebagai Media *Content Video Creative* (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Unismuh Makassar). Dalam penelitian ini jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah deskriptif. Deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis.

Tabel 1.3
Penelitian Terdahulu Muhamad Jamil Reza

Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
Muhamad Jamil Reza	Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial <i>Youtube</i> Sebagai Media <i>Content Video</i>	Penggunaan persepsi dan media sosial	Teori yang digunakan adalah jenis-jenis persepsi (Menurut Irwanto dalam Marbun 2019:25)	Persepsi mahasiswa unismuh terhadap <i>youtube</i> sebagai media <i>content video creative</i> : pertama, persepsi positif yaitu <i>youtube</i> bersifat informatif, <i>youtube</i>

	Creative (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Unismuh Makassar)		1. persepsi positif 2. persepsi negatif	sebagai sumber pengetahuan yang efektif, <i>youtube</i> sebagai sumber mata pencaharian/profesi, <i>youtube</i> bersifat inspiratif, <i>youtube</i> sebagai sarana hiburan, <i>youtube</i> menjadi tempat penyaluran kreatifitas. Kedua, persepsi negatif yaitu, <i>youtube</i> bisa menjadi tempat penyebaran aib seseorang, <i>youtube</i> bias memberikan tontonan yang dapat merugikan orang lain, banyaknya drama setingan, memanfaatkan kekurangan orang lain sebagai objek candaan yang disebarluaskan, menyebarkan konten sensasional.
--	---	--	--	--

1.7 Kerangka Pemikiran

1.7.1 Persepsi

Persepsi yang dari bahasa Latin disebut *perceptio*, *percipio* adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan sebuah informasi sensoris guna memberikan gambaran dan juga pemahaman tentang suatu lingkungan masyarakat. Persepsi bukan hanya dari penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks dari sistem saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi di luar kesadaran. Persepsi juga merupakan suatu proses yang di dahului oleh proses

penginderaan, yaitu merupakan proses diterimahnya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berganti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak dapat lepas dari proses penginderaan. (Branca dalam Walgito 1993 :88).

Menurut Riswandi dalam buku Psikologi Komunikasi Persepsi adalah inti dari sebuah komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian baik (*decoding*). Persepsi mencakup penginderaan (sensasi) melalui alat panca indera (mata, telinga, hidung, kulit dan lidah), atensi dan juga interpretasi.

Sedangkan menurut Robert dalam buku Pengantar Psikologi pengertian persepsi yakni kegiatan menyortir, menginterpretasikan, menganalisis, dan juga mengintegrasikan rangsangan yang di bawa oleh panca indera. Pengertian persepsi kerap disamakan atau dianggap sama dengan pengertian respon, reaksi tingkah laku yang merupakan akibat dari stimulus sosial (gejala sosial) yang berupa nilai yang timbul di tengah tengah masyarakat.

Menurut Walgito (1993), Persepsi memiliki beberapa tahapan, yaitu:

1. Proses kealaman atau proses fisik, yang merupakan ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia.
2. Proses fisiologis, yang merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh reseptor (alat indera) melalui saraf-saraf sensorik.
3. Proses psikologis, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima oleh reseptor.
4. Hasil yang di peroleh dari proses persepsi yaitu berupa tanggapan dan perilaku.

Menurut Jalaludin Rakhmat (2011), dalam buku Psikologi Komunikasi ada beberapa faktor fungsional dan faktor struktural yang menentukan persepsi, diantaranya :

1. Faktor Fungsional

Dalam faktor fungsional disebabkan oleh suatu kebutuhan, pengalaman masa lalu, atau hal-hal personal dari individu itu sendiri. Yang menentukan persepsi bukan dari jenis atau bentuk dari stimulus, tetapi dari karakteristik orang yang memberikan respons pada stimulus itu.

2. Faktor Struktural

Dalam faktor struktural, persepsi berasal dari sifat stimulus fisik dan efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem syaraf individu.

1.7.2 Followers

Menurut Barry (2011), *follower* atau pengikut adalah orang yang memiliki pemimpin yang telah dipilih atas kemauannya sendiri. Pengikut sendiri memiliki dua pilihan : memperlakukan pemimpin sebagai seorang pemimpin dan pelatih sehingga kita berkembang menjadi pemimpin; atau pindah bekerja untuk seseorang yang telah dipilih pengikut sebagai pemimpin.

Menurut Kean et al (2011), menjelaskan bahwa *follower* pengikut adalah individu yang membuat penilaian tentang para pemimpin dan kemudian memutuskan apakah mereka mengikuti pemimpinnya atau tidak. Hal ini juga menunjukkan bahwa ada pembagian kekuasaan antara pemimpin dan pengikut yang mempengaruhi hasil, dan itu tergantung pada keputusan untuk mengikuti atau tidak.

Menurut Effendy (1989), kepengikutan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Kepengikutan berdasarkan naluri

Faktor terjadinya kepengikutan pada sejumlah orang disebabkan timbulnya dorongan untuk menaruh kepercayaan kepada seseorang, sehingga mereka bersedia untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu yang dikehendaki orang yang memperoleh kepercayaan itu sendiri.

2. Kepengikutan Berdasarkan Tradisi

Kepengikutan ini timbul disebabkan adanya kebiasaan secara turun menurun. Kepengikutan jenis ini terdapat baik dalam masyarakat skala besar seperti negara, maupun dalam skala kecil seperti desa.

3. Kepengikutan Berdasarkan Agama

Para pengikut berdasarkan agama biasanya bersifat fanatik, berani mati, karena matinya itu demi Tuhan penguasa dunia akhirat. Pengikut yang dipimpinnya berdasarkan agama menganggap bahwa pemimpinnya itu adalah orang yang dapat diandalkan dan dapat dipercaya, karena sebagai tokoh agama ia selain menguasai ketentuan-ketentuan agama mengenai apa yang harus dilakukan dan mana yang tidak boleh dilakukan, dan ia sendiri yang pertama-tama akan mematuhi tanpa terkecuali.

4. Kepengikutan Berdasarkan Rasio

Kepengikutan ini dapat dijumpai di kalangan orang-orang terpelajar. Mereka mengakui seseorang sebagai pemimpinnya berdasarkan pertimbangan rasional, berlandaskan penalaran.

5. Kepengikutan Berdasarkan Peraturan

Kepengikutan Berdasarkan peraturan terdapat pada masyarakat modern, dimana orang-orang mengelompokkan diri untuk mencapai suatu tujuan berdasarkan kepentingan yang sama.

1.7.3 Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*).

Media sosial atau *social media* merupakan bentuk dari aplikasi komunikasi virtual sebagai bentuk dari hasil Kemajuan Teknologi dan Komunikasi (TIK) atau *Information Technology Communication* (ICT). Keberadaan media sosial ini tentunya tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat zaman sekarang yang semuanya serba canggih dan juga cepat dalam hal apapun. Dalam perkembangannya, mediasosial ini telah menggeser media konvensional dan media tradisional, seperti radio, televisi, dan media cetak. Hal itu disebabkan karena keunggulan dari media sosial ini sendiri, yang semua penggunanya bisa mengakses dimana pun, kapan pun dan bisa mengedit isi dengan menambah atau mengurangi, memodifikasi dalam bentuk tulisan, gambar, video, dan grafis.

Media sosial kini telah menjadi trend sebagai alat berkomunikasi dan mencari informasi, media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran idiologi dan teknologi dari web 2.0, dan memungkinkan terbentuknya berbagai kreasi dan bertukar informasi dari pengguna internet diseluruh dunia.

Menurut Nasrullah (2015), media sosial memiliki beberapa karakter khusus, yaitu:

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah infrasturktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya.

2. Informasi (*Informations*)

Informasi menjadi satu hal penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi dari identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang ada.

3. Arsip (*Archive*)

Untuk para pengguna media sosial, arsip menjadi salah satu karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

5. Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.

6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

1.7.4 Instagram

Instagram didirikan pada tahun 2010. Ini adalah aplikasi *mobile* untuk *Smartphone* yang tersedia secara gratis di *Application Store (App Store)* dan *Google Play* (Bergstrom & Backman, 2013). Instagram menjadi aplikasi utama

untuk berbagi foto, Instagram telah unggul sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang efektif untuk menampilkan produk dengan deskripsi visual (Ting, Ming, Run, & Choo, 2015). Oleh karena itu, Instagram menjadi platform jejaring sosial yang bermanfaat secara instan bagi individu atau sebuah perusahaan. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana komunikasi utama atau dapat juga digunakan sebagai alternatif atau metode tambahan untuk komunikasi (White, 2012). White (2012) juga menambahkan bahwa media sosial menyediakan cara gratis dan mudah untuk menyebarluaskan informasi dalam jumlah besar ke kelompok besar orang dengan sangat cepat dan efisien.

Pada saat ini media sosial Instagram merupakan aplikasi di urutan ke-6 yang paling populer dan sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat dengan jumlah pengguna aktif sekitar 1 Milyar di tahun 2018. Amerika Serikat menduduki posisi pertama sebagai negara dengan pengguna terbanyak di dunia, lalu ada Brazil, dan Indonesia dengan jumlah 53 juta pengguna aktif Instagram. Instagram memiliki lima menu utama yang berada di tampilan utama saat kita membuka aplikasi tersebut, yaitu sebagai berikut :

1. *Home Page* atau *Timeline* adalah halaman utama yang menampilkan foto dan video terbaru dari semua pengguna yang telah diikuti.
2. *Comments* adalah fitur dalam aplikasi Instagram yang menyediakan media untuk berkomentar antar pengguna Instagram yang telah diikuti.
3. *Explore* adalah tampilan foto atau video yang paling populer, sedang hits, dan banyak disukai oleh sebagian besar pengguna Instagram.
4. *Profil* adalah fitur untuk lebih jelas dan lengkap dalam mengetahui informasi pengguna Instagram yang dapat diakses pada logo kartu nama di bagian sebelah kanan.

5. *News Feeds* adalah fitur yang menampilkan notifikasi dari berbagai aktifitas yang dilakukan pengguna Instagram, seperti notifikasi adanya pengikut baru, like, dan komentar.

Media sosial bukan hanya sebuah aktifitas yang dilakukan oleh individu saja, bahkan bisa dilakukan oleh banyak orang sosial dan kehadiran media sosial sendiri menjadi warna bagi publik yang menikmatinya. Media sosial tentunya memiliki dua sisi yang berbeda, satu sisi bisa berdampak positif dan juga bisa berdampak negatif bagi pengguna dan penikmat media sosial itu sendiri.

1.7.5 Informasi

Menurut Anggraeni dan Irviani (2017:13) menjelaskan bahwa informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima.

Informasi dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu :

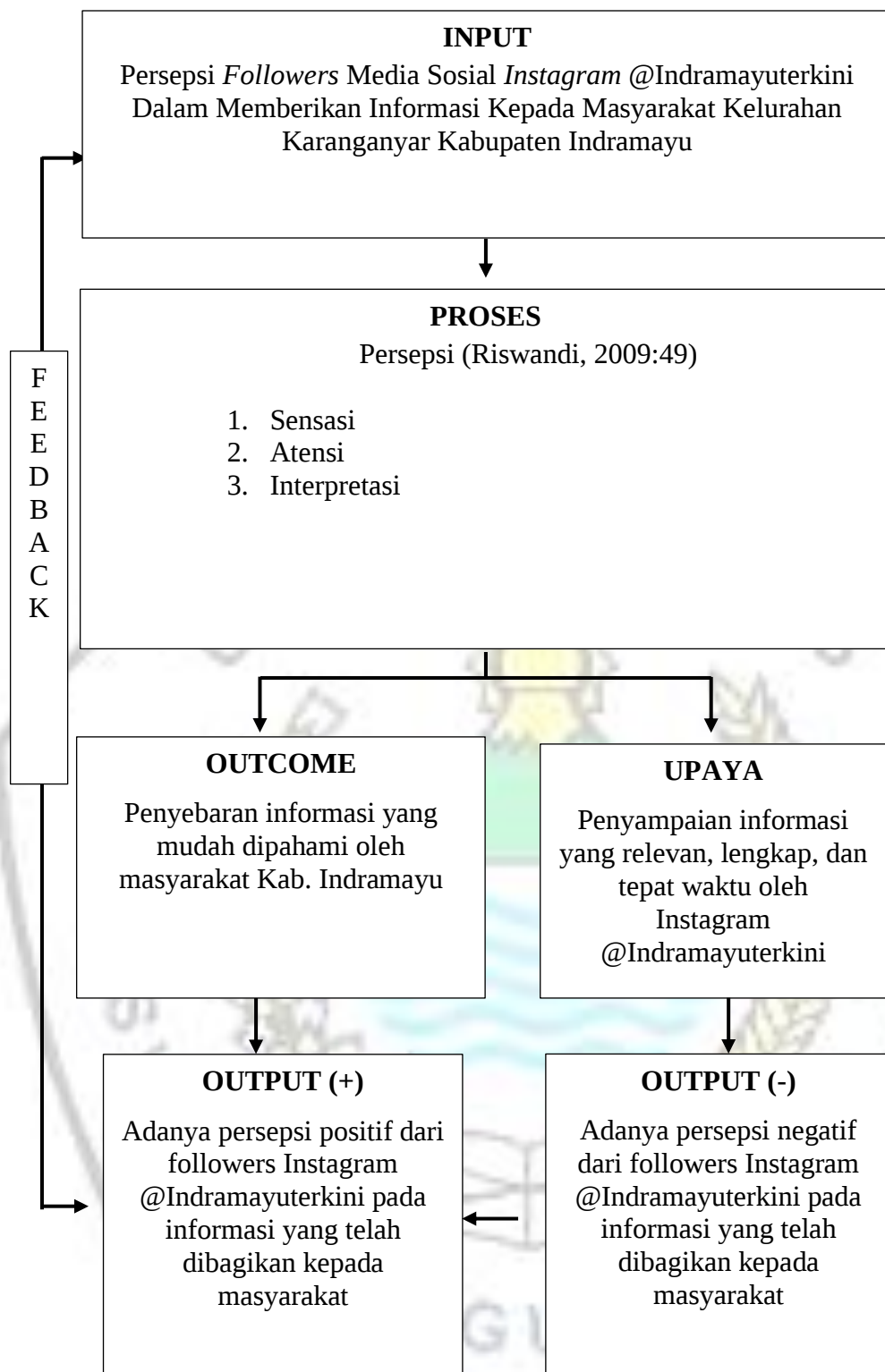
1. Informasi Strategis, yang digunakan untuk mengambil keputusan jangka panjang yang mencakup pengambilan informasi eksternal, perluasan perencanaan, dan sebagainya.
2. Informasi Taktis, yang digunakan untuk mengambil keputusan dalam jangka menengah.
3. Informasi Teknis, yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan sehari-hari.

Informasi yang baik harus memiliki karakteristik, diantaranya :

1. Relevan, media informasi tersebut harus memiliki makna yang tinggi sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi penerima informasinya.
2. Andal, informasi dapat dijadikan sebuah penentu keputusan dalam suatu kejadian.

3. Lengkap, media informasi harus memiliki penjelasan yang rinci dan lengkap terhadap satu peristiwa atau kejadian yang sedang berlangsung.
4. Tepat waktu, media informasi harus selalu *up to date* dalam memberikan informasi kepada masyarakat luas atau penerima informasinya dalam bentuk apapun.
5. Dapat dipahami, informasi yang jelas dapat dengan mudah dipahami dan juga diinterpretasikan oleh penerima informasi tersebut.





Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

1.8 Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.8.1 Definisi Konsep Penelitian

Untuk menyamakan persepsi dan pemahaman dalam penelitian, maka dikemukakan definisi operasional sebagai berikut :

1. Persepsi

Persepsi yang dari bahasa Latin disebut *perceptio*, *percipio* adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan sebuah informasi sensoris guna memberikan gambaran dan juga pemahaman tentang suatu lingkungan masyarakat. Persepsi bukan hanya dari penerimaan isyarat secara pasif, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian.

2. Followers

Menurut Kean et al (2011), menjelaskan bahwa *follower* atau pengikut adalah individu yang membuat penilaian tentang para pemimpin dan kemudian memutuskan apakah mereka mengikuti pemimpinnya atau tidak. Hal ini juga menunjukkan bahwa ada pembagian kekuasaan antara pemimpin dan pengikut yang mempengaruhi hasil, dan itu tergantung pada keputusan untuk mengikuti atau tidak.

3. Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*).

4. Instagram

Instagram adalah aplikasi *mobile* untuk *Smartphone* yang tersedia secara gratis di *Application Store (App Store)* dan *Google Play* (Bergstrom & Backman, 2013). *Instagram* menjadi aplikasi utama untuk berbagi foto, *Instagram* telah unggul sebagai alat komunikasi dan pemasaran yang efektif untuk menampilkan produk dengan deskripsi visual (Ting, Ming, Run, & Choo, 2015).

5. Informasi

Menurut Anggraeni dan Irviani (2017:13) menjelaskan bahwa informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang diolah dengan cara tertentu sehingga mempunyai arti bagi penerima.

1.8.2 Operasionalisasi Konsep Penelitian

Dalam operasionalisasi konsep penelitian ini, penulis deskripsikan dengan tabel dibawah ini :

Tabel 1.4
Operasionalisasi Konsep Penelitian

Konsep	Dimensi	Parameter
Persepsi <i>Followers</i> Media Sosial <i>Instagram</i> @Indramayuterkini Dalam Memberikan Informasi Kepada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Kabupaten	1. Sensasi	a. Stimuli atau rangsangan yang muncul dalam menggunakan aplikasi <i>Instagram</i> b. Konten atau informasi yang diperoleh dari panca indera terhadap penggunaan aplikasi <i>Instagram</i>

Indramayu (Riswandi, 2009:49)	2. Atensi	a. Fokus pada informasi yang telah disampaikan b. Ketertarikan masyarakat dalam menyampaikan persepsi yang positif terhadap informasi yang telah disampaikan
	3. Interpretasi	a. Pemaknaan persepsi <i>followers</i> dalam mencerna informasi di media sosial <i>Instagram @Indramayuterkini</i> b. Kesan <i>followers</i> terhadap media sosial <i>Instagram @Indramayuterkini</i>

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Metode Penelitian yang digunakan

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang menurut Meleong (2017 : 6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya, perihal persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya secara holistik dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna adalah data yang sebenarnya dan yang pasti merupakan suatu nilai dibalik data sebenarnya. Oleh karenanya, dalam penelitian ini tidak menekankan generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan metode penelitian kualitatif itu dilakukan secara interaktif. Alasan penulis menggunakan metode kualitatif ini bahwa penelitian yang digunakan untuk mengetahui bagaimana Persepsi *Followers* Media Sosial *Instagram @Indramayuterkini* Sebagai Media Informasi Kepada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Kabupaten Indramayu.

1.9.2 Informan dan Teknik Pemilihan Informan

Pada penelitian kualitatif pemilihan informan tidak selalu menjadi wakil dari seluruh objek penelitian, tapi yang terpenting adalah informan tersebut memiliki pengetahuan yang cukup dan bisa menjelaskan keadaan yang sebenarnya mengenai objek penelitian ini. teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposive (purposive sampling)* yang dimana dalam teknik ini peneliti memilih sampel sesuai dengan kebutuhan. Menentukan informan kunci yaitu orang yang paling banyak mengetahui tentang masalah yang sedang diteliti, dan informan pendukung yaitu diluar informan kunci yang dapat memberikan informasi pelengkap atau tambahan yang diperlukan oleh peneliti dalam penelitian ini berkaitan dengan Persepsi *Followers* Media Sosial *Instagram @Indramayuterkini* Dalam Memberikan Informasi Kepada Masyarakat Kelurahan Karanganyar Kabupaten Indramayu.

Informan-informan dalam penelitian ini adalah :

1. Informan kunci, yakni *followers* media social *Instagram @Indramayuterkini*
2. Informan pendukung, yakni admin media sosial *Instagram @Indramayuterkini* dan non *followers* media sosial *Instagram @Indramayuterkini*

1.10 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Rosady Ruslan, salah satu komponen utaman dalam melaksanakan penelitian adalah data. Pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistemik, logis, dan proses pencarian data yang valid. (Ruslan, 2008:26). Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah

sebagai berikut :

1. Studi kepustakaan, yaitu teknik pengumpulan data dari sumber-sumber tertulis yaitu buku-buku arsip, monografi, surat kabar, internet dan sumber-sumber tertulis lain.
2. Studi lapangan, yaitu dilakukan dengan cara menggunakan beberapa teknik, diantaranya :
 - a. Observasi atau pengamatan, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian untuk mengamati secara kualitatif berbagai kegiatan dan peristiwa yang terjadi. Teknik ini biasanya diartikan sebagai pengamatan dari sistem fenomena yang diselidiki dimana observasi dalam penelitian dilakukan dengan observasi langsung yaitu suatu cara pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan gejala-gejala yang tampak pada objek penelitian, pelaksanaannya langsung dimana suatu peristiwa terjadi, adapun sistem yang dipilih dan disepakati pada observasi langsung adalah dimana kedudukan penelitian hanya sebagai pengamat bukan anggota adalah dimana kedudukan penelitian hanya sebagai pengamat bukan anggota sepenuhnya dari objek yang sedang diteliti.
 - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab dengan para informan wawancara yang dilakukan dalam Penelitian kualitatif adalah wawancara terpimpin atau terstruktur yang dilakukan dengan cara mendalam (*interview*). Kedalaman wawancara ini sangat penting dalam penelitian kualitatif karena akan diperoleh data atau informasi yang benar-benar lengkap, sehingga peneliti melakukan analisis dengan tajam dan mendalam.
 - c. Dokumentasi, penelusuran dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Data ini berupa pengumpulan data,

foto, video, dan rekaman.

1.10.1 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Dalam pengujian keabsahan data salah satu caranya adalah dengan melakukan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2013: 330). Menurut Denzin dalam Moleong (2013: 330) terdapat empat macam perbedaan triangulasi berdasarkan pemanfaatannya, yaitu triangulasi sumber, metode, penyidik dan teori.

Dalam penelitian ini, untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik kepercayaan suatu informasi atau data hasil wawancara antara informan satu dengan informan yang lain. Melalui teknik pengujian keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi dengan membandingkan berbagai data yang diperoleh dengan cara *check*, *recheck*, dan *cross check* terhadap data itu.

1.10.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif, yaitu suatu penulisan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian berlangsung. Kemudian data tersebut di analisis dan diinterpretasikan serta di bantu dengan keterangan tambahan yang dapat mendukung sebuah penelitian. Menurut *Miles and Huberman* (Sugiono, 2017:246-252) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu :

1. *Date reduction* (Reduksi data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan, reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer-mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

2. *Data Display*

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dengan mendisplay data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan *display* data, selain dengan teks yang naratif, dapat juga berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.

3. *Conclusion Drawing/verivication*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut *Miles and Huberman*

adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulannya yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang *credible*.

1.11 Lokasi dan Rencana Jadwal Penelitian

1.11.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Akare Wedding and Decoration, yang merupakan kantor yang sama untuk membuat konten media dan jurnalistik oleh admin media sosial *Instagram @Indramayuterkini*, yang beralamat di Jalan Di Panjaitan No. 94, Kelurahan Karanganyar, Kecamatan Indramayu, Kabupaten Indramayu dengan mempertimbangkan alasan-alasan berikut :

1. Kelurahan Karanganyar merupakan tempat dimana kantorberoperasinya akun *Instagram @Indramayuterkini* yang dimanaAdminnya merupakan informan kunci yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian ini.
2. Lokasi yang mudah dijangkau oleh peneliti karena yang dekat dengan tempat tinggal peneliti.
3. Adanya data yang mendukung penelitian

1.11.2 Rencana Jadwal Penelitian

Lamanya penelitian dilakukan selama 4 Bulan. Untuk memberikan gambaran sampai sejauh mana waktu yang dipergunakan oleh peniliti untuk melakukan penelitian, dalam penyusunannya dilakukan dengan beberapa tahapan

