

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah perilaku secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Proses komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran itu bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain. Sedangkan perasaan berupa keyakinan, keragu-raguan, kemarahan, dan lain - lain yang muncul dari dalam lubik hati (Effendy, 2009).

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa terlepas dari adanya komunikasi baik komunikasi secara langsung atau komunikasi secara tidak langsung yaitu melalui media. Media disini adalah media sosial yang dikembangkan melalui smartphone, dimana hampir semua orang memiliki media sosial untuk memudahkan komunikasi dengan jarak jauh sekalipun. Media sosial pada dasarnya adalah media yang digunakan sebagai media sosialisasi dan interaksi.

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat membentuk individu tentang bagaimana cara berfikir dan berperilaku. Dengan demikian, internet sebagai bentuk teknologi komunikasi beserta perangkat yang menyertainya termasuk media sosial membentuk seperti apa masyarakat sekarang. Media sosial telah mengubah perilaku berkomunikasi masyarakat zaman sekarang. Teknologi itu sendiri tidak membuat gerakan, tetapi orang-orang yang memanfaatkan teknologi media sosial dengan antusias memanfaatkannya. Dalam kajian komunikasi kenyataan itu sering disebut *Communication Technological Animal* (Nurudin, 2011). *Communication Technological Animal* berarti individu-individu yang menjadikan teknologi sebagai fundamental humanisnya. Bagi mereka, teknologi adalah faktor utama dalam melakukan perubahan. Bahkan, teknologi komunikasi seperti media sosial dipercaya sebagai alat yang bisa dipakai untuk mencapai tujuan yang dikehendakinya.

Menurut Bungin dalam bukunya *Sosiologi Komunikasi* (2009), teknologi memberikan dampak positif dan dampak negatif. Dampak negatifnya berupa pola hidup yang semakin individualistik, serta munculnya paham eksistensialisme, menjauhkan yang dekat dan mendekatkan yang jauh. Hal ini menyebabkan pengguna jejaring sosial lebih mampu menjalin kehidupan sosial melalui dunia maya untuk menunjukkan eksistensinya dan kurang memperhatikan interaksi dengan dunia nyata.

Kemunculan internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan penggunaan media sosial di masyarakat. Media sosial mendukung interaksi sosial antar individu atau kelompok di dunia maya. Sehingga media

sosial dianggap lebih fleksibel, praktis, efektif dan efisien, cepat, interaktif dan variatif. Media sosial semakin membuka kesempatan setiap individu yang terlibat di dalamnya untuk bebas mengeluarkan pendapatnya serta mengekspresikan dirinya. Akan tetapi, kendali diri harusnya juga dimiliki agar kebebasan yang dimiliki juga tidak melanggar batasan bermedia sosial.

Platform manajemen media sosial HootSuite dan agensi marketing We Are Social merilis laporan terbaru tentang pengguna internet global, termasuk Indonesia untuk awal tahun 2021. Di laporan terbarunya, layanan manajemen konten dan agensi pemasaran tersebut mengungkapkan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta atau 73,7 persen dari total populasi sebesar 274,9 juta jiwa pada Januari 2021.

Dari total tersebut, sebanyak 195,3 juta jiwa atau 96,4 persennya mengakses internet lewat perangkat mobile berjenis smartphone dan ponsel fitur. Mereka menggunakan koneksi seluler dan WiFi untuk mengakses internet. Rata-rata pengguna internet mobile berusia 16-64 tahun dan menghabiskan waktu 5 jam 4 menit setiap harinya untuk mengakses internet. . (Hootsuite/ We Are Social)

Pengguna internet Indonesia sebagian besar menggunakan internet untuk bermedia sosial. Media sosial merupakan media yang telah menjadi bagian integral masyarakat. Media sosial bisa dikatakan bagian dari media baru (New Media) atau lebih sering disebut sebagai media konvergensi. Hal ini dikarenakan New Media sendiri diawali dengan perkembangan dari salah satu aspek teknologi yang digabungkan kemudian berkonvergensi (Rinawati :2012:18).

Aplikasi *Telegram* dengan logo pesawat kertas putih di dalam lingkaran biru adalah salah satu aplikasi chat berbasis messaging, namun karena *Telegram* juga bisa membuat grup komunikasi tertentu dimana hanya member atau kontak yang terdaftar dalam grup sehingga bisa dikatakan media sosial.

Telegram sudah lama populer jauh sebelum masa smartphone. *Telegram* dulu merupakan fasilitas kantor pos yang digunakan untuk mengirimkan pesan tulis jarak jauh dengan cepat. Tetapi setelah teknologi berkembang cepat, fasilitas ini tegerus dan tidak digunakan lagi. Sekarang nama *Telegram* diambil oleh sebuah starup yang dikembangkan menjadi sebuah aplikasi.

Telegram adalah aplikasi pesan instan berbasis *cloud* yang fokus pada kecepatan dan keamanan. *Telegram* dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkirim pesan teks, audio, video, gambar dan sticker dengan aman (Fahana & Ridho, 2018). Secara default, seluruh konten yang ditransfer akan dienskripsi berstandar internasional. Dengan demikian, pesan yang terkirim sepenuhnya aman dari pihak ketiga bahkan dari *Telegram* sekalipun. Bukan hanya teks, gambar dan video, *Telegram* juga bisa jadi sarana untuk mengirimkan dokumen, musik, berkas zip, lok asi real-time dan kontak yang tersimpan keperangkat orang lain.

Telegram merupakan aplikasi berbasis *cloud*, yang memudahkan penggunanya dapat mengakses satu account *Telegram* dari perangkat yang berbeda dan secara bersamaan. Serta dapat membagikan jumlah berkas yang tak terbatas hingga 1,5 GB. Aplikasi *Telegram* diprakasai oleh dua bersaudara asal Rusia, Nikolai Durov dan Pavel Durov. Keduanya saling berbagi tugas, Nikolai

fokus pada pengembangan aplikasi dengan menciptakan protokol MTProto yang menjadi motor bagi *Telegram*. Sementara Pavel bertanggung jawab dalam hal pendanaan dan infrastruktur melalui pendanaan Digital Fortress. (“*Telegram*,” 2020).

Telegram capai setengah miliar (500 juta) pengguna aktif bulanan di minggu pertama Januari dan angka ini terus bertambah. Dalam 72 jam terakhir per 12 Januari 2021, terdapat 25 juta pengguna baru bergabung dengan *Telegram*, dari seluruh dunia – 38% dari Asia, 27% dari Eropa, 21% dari Amerika Latin, dan 8% dari Timur Tengah dan Utara Afrika. Angka ini merupakan peningkatan yang signifikan dari tahun lalu di mana hanya 1,5 juta pengguna baru mendaftar setiap hari. Sepanjang sejarah 7 tahun beroperasi, *Telegram* telah mengalami beberapa lonjakan dalam jumlah unduhan akan tetapi lonjakan kali ini adalah yang paling signifikan.

Meningkatnya pengguna baru *Telegram* merupakan akibat dari pembaruan kebijakan layanan dan privasi pesaingnya, WhatsApp. Salah satu pembaruan yang membuat pengguna khawatir adalah soal berbagi informasi (sharing information) antara WhatsApp dengan perusahaan induknya, *Facebook*. Dalam laman FAQ WhatsApp, informasi pengguna yang akan diteruskan ke *Facebook* termasuk nomor telepon, alamat IP, data transaksi, hingga informasi perangkat.

Sejak saat itu, WhatsApp mulai mengalami penurunan pamor. Sejumlah pengguna memilih meninggalkan aplikasi tersebut kemudian beralih kepada aplikasi pesan instan lain yang dianggap lebih "aman" digunakan, seperti *Telegram*. Karena WhatsApp, Pengguna Baru *Telegram* Meningkat Drastis Hal

ini dapat dilihat dari laporan firma riset aplikasi. Seperti Sensor Tower yang mengatakan WhatsApp mengalami penurunan jumlah unduhan yang signifikan, yakni hingga 11 persen pada minggu awal Januari 2021, dibandingkan periode sebelumnya. Firma riset aplikasi App Annie juga melaporkan terjadi penurunan peringkat WhatsApp di daftar aplikasi terpopuler, baik di Android dan iOS. *Telegram* kini menjadi tempat alternatif bagi mereka yang mencari platform komunikasi yang berkomitmen pada privasi dan keamanan pengguna. (Pavel Durov Channel)

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai persepsi mahasiswa dalam penggunaan *Telegram* ini yang hasilnya akan dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul sebagai berikut “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Swadaya Gunung Jati (UGJ) Dalam Penggunaan Media Sosial *Telegram*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti ingin mengetahui Persepsi Mahasiswa FISIP UGJ Cirebon Dalam Penggunaan Media Sosial *Telegram*.

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 FISIP UGJ Cirebon dalam penggunaan media sosial *Telegram*?

2. Bagaimana faktor-faktor yang mendorong mahasiswa FISIP UGJ Cirebon dalam menggunakan media sosial *Telegram*?
3. Bagaimana dampak yang terjadi pada mahasiswa FISIP UGJ dalam menggunakan media sosial *Telegram*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi mahasiswa FISIP UGJ Cirebon dalam penggunaan media sosial *Telegram*.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong mahasiswa FISIP UGJ Cirebon dalam menggunakan media sosial *Telegram*.
3. Untuk mengetahui apa kendala yang terjadi pada mahasiswa FISIP UGJ Cirebon saat menggunakan media sosial *Telegram* ?

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 *Telegram*.

2. Kegunaan praktis Dalam penelitian ini diharapkan untuk :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pemahaman bagi mahasiswa FISIP UGJ dalam persepsi Media Sosial *Telegram*
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa FISIP UGJ.

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 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. INTERPRETSI

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 “meletakkan 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 sensasi 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).

1.6.2 New Media

Perubahan zaman membuat banyak perkembangan. Salah satunya yaitu dengan munculnya new media, hal ini merupakan salah satu bentuk dari perkembangan dalam dunia komunikasi. *New media* adalah media yang

menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun publik (Mondry, 2008). Definisi lain mengemukakan, *new media* merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman mengikuti perkembangan zaman menyangkut teknologi dan sains, dari semula yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas (Napitulu, 2011).

Perbedaan media baru dan media lama adalah media baru sudah tidak lagi menggunakan media yang dicetak dan lebih menggunakan model penyiaran yang memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak dan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dari modernitas, menyediakan kontak global secara instan dan memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan (Poster, 1999, dalam McQuail, 2011).

Kemunculan new media berdampak sangat besar dalam dunia komunikasi. Adanya internet dapat membuat manusia terkoneksi tanpa terbatas wilayah dan waktu, sehingga dapat berinteraksi dengan khalayak luas dan dapat mengakses informasi apapun yang tersedia kapanpun. Ditambah lagi dengan munculnya smartphone yang membuat manusia semakin mudah dalam mengakses informasi dengan bantuan jaringan internet.

Marshall McLuhan mengkonseptualisasikan “*global village*” yang dimaknai sebagai sebuah proses homogenisasi jagat sebagai akibat dari kesuksesan sistem komunikasi secara keseluruhan. Saat ini, betapa mudahnya

orang melakukan komunikasi jarak jauh, tidak hanya antarkota melainkan antarnegara yang lokasinya sangat berjauhan.

Selain untuk berkomunikasi, manusia dapat memanfaatkan media baru ini sebagai hiburan. Hal itu dapat kita temukan di media sosial. Contohnya adalah adanya saluran yang berisi tentang hiburan seperti film dan kumpulan video lainnya di salah satu platform media baru yaitu *Telegram*. Sehingga dengan memanfaatkan media baru, orang yang membutuhkan hiburan dapat mengaksesnya dengan mudah tanpa harus mengeluarkan biaya yang cukup banyak.

1.6.3 Media Sosial

Media sosial adalah salah satu dampak yang muncul akibat semakin berkembangnya dunia baru saat ini. Media sosial merupakan media internet yang memungkinkan pengguna dapat mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan dunia lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016). Jadi manusia dapat saling terkoneksi di internet dan membuat sebuah komunitas sosial di dunia maya dan menciptakan medianya untuk lebih memudahkan lagi dalam berinteraksi satu sama lain.

Berkembangnya media sosial ini tentunya berbanding lurus dengan berkembangnya teknologi komunikasi. Era smartphone menjadi tonggak majunya media sosial. Hal ini dikarenakan semenjak kemunculannya, mulai banyak media sosial yang bermunculan sehingga mempermudah proses komunikasi.

Dalam bukunya, Dr. Rulli Nasrullah (2016) menyimpulkan bahwa media sosial dibagi menjadi beberapa bagian yakni :

1. Media Berbagi (*media sharing*)

Situs media sharing ini merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file) video, audio, gambar dan sebagainya.

2. Media Jejaring Sosial (*social networking*)

Media jejaring sosial adalah medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. 10

3. Jurnal Online (*blog*)

Blog adalah media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi. Berbagi tautan web lain, informasi dan sebagainya.

4. Jurnal Online Sederhana atau Mikroblog (*microblogging*)

Tidak jauh berbeda dengan blog, microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas atau pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya twitter yang hanya menyediakan atau maksimal 140 karakter.

5. Penanda Sosial (*social bookmarking*)

Sosial bookmarking adalah media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara online.

6. Media Konten Bersama (wiki)

Media sosial ini adalah situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku.

1.6.4 *Telegram*

Telegram adalah aplikasi pesan instan berbasis *cloud* yang fokus pada kecepatan dan keamanan. *Telegram* dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkiriman pesan teks, audio, video, gambar dan stiker dengan aman. Secara default, seluruh konten yang ditransfer akan dienkripsi berstandar internasional. Dengan demikian, pesan yang terkirim sepenuhnya aman dari pihak ketiga, bahkan dari *Telegram* sekalipun. Bukan hanya teks, gambar dan video, *Telegram* juga bisa jadi sarana mengirimkan dokumen, musik, berkas zip, lokasi *real-time* dan kontak yang tersimpan di perangkat ke orang lain serta membuat grup hingga 200.000 orang atau saluran untuk disiarkan ke audiens yang tidak terbatas. . Selama orang yang dituju juga mempunyai aplikasi dengan akun *Telegram* terdaftar di perangkatnya.

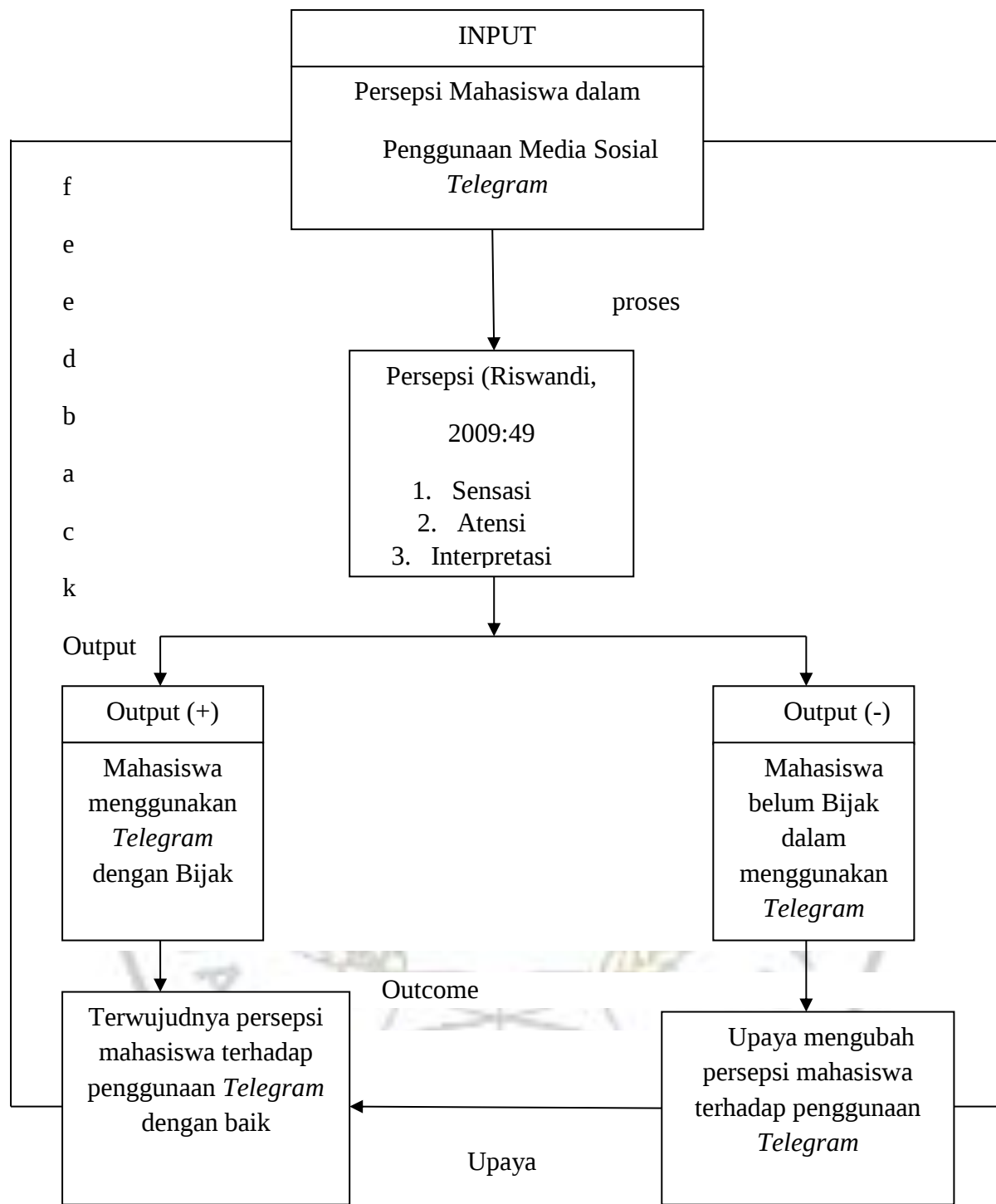
Karena *Telegram* berbasis *cloud*, maka penggunaanya dapat mengakses pesan dari perangkat yang berbeda secara bersamaan dan membagikan jumlah berkas yang tak terbatas hingga 1,5GB. Berkas ini dapat diatur untuk disimpan di dalam perangkat atau hanya di *cloud*.

Selain sebagai aplikasi *instan messenger*, *Telegram* memiliki beragam fungsi yang semakin lama semakin banyak. Salah satunya adalah pemanfaatan teknologi

Bot untuk beragam kebutuhan, sehingga mampu memaksimalkan kebutuhan bisnis dan pembayaran.

Keunggulan Aplikasi *Telegram* :

1. *Telegram* adalah aplikasi gratis dan akan terus gratis (tidak akan pernah ada iklan atau biaya untuk selamanya).
2. *Telegram* mengirim pesan lebih cepat karna berbasis cloud.
3. *Telegram* lebih ringan ketika dijalankan, ukuran aplikasi lebih kecil
Telegram versi v3.31 untuk android yang dikeluarkan pada 25 November 2015 memiliki ukuran 16.00MB (16,775,108 bytes).
4. *Telegram* dapat diakses dari berbagai perangkat secara bersamaan diantaranya : smartphone, tablet, komputer, laptop dan lain ± lain secara bersamaan.
5. *Telegram* mengijinkan kita berbagi foto,video,file (doc,zip,mp3) dengan ukuran maksimum 1,5 GB perfile. ("*Telegram*" : 2020).



Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran

1.7 Definisi dan Operasionalisasi Konsep Penelitian

1.7.1 Definisi Konsep Penelitian

1. Persepsi, Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna. Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem 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, tetapi dibentuk oleh pembelajaran, ingatan, harapan, dan perhatian. Persepsi bergantung pada fungsi kompleks system saraf, tetapi tampak tidak ada karena terjadi diluar kesadaran.
2. *New media* adalah media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun publik (Mondry, 2008). Definisi lain mengemukakan, *new media* merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman mengikuti perkembangan zaman menyangkut teknologi dan sains, dari semula yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas (Napitulu, 2011).
3. Media sosial merupakan media internet yang memungkinkan pengguna dapat mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan dunia lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016). Jadi manusia dapat saling terkoneksi di internet dan membuat sebuah komunitas sosial di dunia maya dan

menciptakan medianya untuk lebih memudahkan lagi dalam berinteraksi satu sama lain.

4. *Telegram* adalah aplikasi pesan instan berbasis *cloud* yang fokus pada kecepatan dan keamanan. *Telegram* dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkirim pesan teks, audio, video, gambar dan stiker dengan aman. Secara default, seluruh konten yang ditransfer akan dienkripsi berstandar internasional. Dengan demikian, pesan yang terkirim sepenuhnya aman dari pihak ketiga, bahkan dari *Telegram* sekalipun. Bukan hanya teks, gambar dan video, *Telegram* juga bisa jadi sarana mengirimkan dokumen, musik, berkas zip, lokasi *real-time* dan kontak yang tersimpan di perangkat ke orang lain. Selama orang yang dituju juga mempunyai aplikasi dengan akun *Telegram* terdaftar di perangkatnya.

1.7.2 Operasional Konsep Penelitian

Tabel 1.1

Operasional Konsep Penelitian

KONSEP	DIMENSI	PARAMETER
Persepsi (Riswandi,2009:49)	1. Sensasi	a. Stimuli yang muncul dalam menggunakan <i>Telegram</i>
	2. Atensi	a. Perhatian pada obyek yang bermakna b. Motif mahasiswa menggunakan <i>Telegram</i> c. Ketertarikan mahasiswa menggunakan <i>Telegram</i> secara bijak
	3. Interpretasi	a. Pemaknaan persepsi mahasiswa dalam menggunakan <i>Telegram</i> b. Sikap terhadap <i>Telegram</i>

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 lazim 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

Dalam buku Metode penelitian sosial oleh Dr. Drs. Ismail Nurudin, M.Si, Dra. Sri Hartati, M.Si. Informan adalah orang yang memberikan informasi. Dengan pengertian ini, maka informan dapat dikatakan sama dengan responden, apabila pemberian keterangannya karena dipancing oleh pihak peneliti. Istilah “informan” banyak digunakan dalam penelitian kualitatif. Artinya orang yang

dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian kepada peneliti.

Teknik pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Peneliti menetapkan informan berdasarkan anggapan bahwa informan dapat memberikan informasi yang diinginkan peneliti sesuai dengan permasalahan penelitian. Adapun informan tersebut adalah mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Swadaya Gunung Jati (UGJ) yang aktif menggunakan aplikasi *Telegram*.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam metode penelitian sebagai berikut :

1. Riset Kepustakaan (*Library research*)

Riset kepustakaan menurut J. Supranto seperti yang dikutip Ruslan, 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-metodelainnya. 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 *Telegram*.

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 Cirebon.

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 cara check, 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 direduksi akan 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 past has been narrative text"* 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

1.9.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil dalam penelitian dengan judul “Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Swadaya Gunung Jati (UGJ) Dalam Penggunaan Media Sosial *Telegram*” adalah di kampus 3 Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon yang berada di Sunyaragi, Kec. Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45132.

1.9.2 Jadwal Penelitian

Penelitian dilakukan selama 2 - 3 minggu di bulan April 2021. 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

[illegible]