**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Penelitian**

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa adanya orang lain, maka dari itu manusia selalu berusaha untuk berinteraksi dengan orang lain dan mencari informasi tentang keadaan disekitarnya. Komunikasi digunakan untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, membangun kontak sosial dengan orang disekitar, dan untuk mempengaruhi orang lain agar berprilaku seperti yang diharapkan. Lebih luasnya lagi dengan komunikasi manusia dapat mengendalikan keadaan fisik dan psikilogisnya.

Komunikasi adalah kegiatan penyampaian makna, seorang komunikator menyampaikan suatu pesan dengan tujuan untuk menyampaikan makna tertentu kepada komunikan. Komunikasi merupakan alat yang bisa menghubungkan manusia yang satu dengan yang lainnya. Dengan adanya komunikasi, manusia dapat salung bertukar informasi, pengetahuan dan pesan, sehingga manusia dapat menjalin hubungan yang baik dengan manusia yang lainnya.

Ada dua hal yang terjadi ketika komunikasi berlangsung yaitu penciptaan makna dan penafsiran makna. Tanda yang disampaikan bisa berupa verbal atau nonverbal. Verbal diartikan dengan penggunaan kata-kata sebagai pesan, dan non verbal diartikan sebagai komunikasi dengan tanda-tanda selain kata-kata atau bahasa.

Profesi yang tidak terlepas dari proses komunikasi ialah jurnalistik. Jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak atau masyarakat secara luas melalui media massa periodik, baik cetak, elektronik maupun internet. Seiring berjalannya waktu dan kemajuan teknologi, cara berkomunikasi pun semakin berkembang. Penyampaian pesan kepada komunikan dari komunikatorpun tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Dimana saja, kapan saja informasi bisa diakses dengan mudah. Termasuk penyampaian pesan dalam media massa. Sekarang, pesan yang disampaikan melalui media massa tidak hanya informasi berita. Banyak cara yang dilakukan media massa untuk menyampaikan sebuah pesan, bisa melalui teks naratif, novel fiksi, puisi, kartun, iklan, fotografi, dan film. Pesan tersebut dikemas secara kreatif oleh media agar khalayak mampu memahami isi pesan yang disampaikan secara mendalam.

Indovidgram atau yang lebih populer dengan #Indovidgram adalah singkatan dari Indonesia-Video-Instagram. Indovidgram merupakan salah satu kegiatan mengunggah video pada akun media sosial instagram. Akun yang berkembang dan di gemari oleh publik saat ini. Fenomena Indovidgram mengharuskan penggunanya membuat video dengan durasi 15 detik lalu kemudian di unggah pada akun media sosial instagram dimana untuk menghibur orang, saling menunjukan kreatifitas sampai seputar pertukaran informasi diantara penggunanya.

Indovidgram yang merupakan kegiatan informatif yang kreatif ini pun bisa dilakukan dengan adanya sarana media sosial, yaitu Instagram.

Instagram yang dewasa ini menjadi sebuah fenomena yang ada ditengah-tengah masyarakat khususnya kaum muda sebagaimana pengguna terbesar media sosial. Instagram adalah media atau sarana ekspresi diri di dunia virtual atau dunia maya. **Instagram**  adalah sebuah [aplikasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Perangkat_lunak_aplikasi) [berbagi foto](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Berbagi_foto&action=edit&redlink=1) yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan [filter](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Filter_fotografi&action=edit&redlink=1) digital, dan membagikannya ke berbagai layanan [jejaring sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial), termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil [kamera Kodak](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Kamera_Kodak&action=edit&redlink=1) [Instamatic](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Instamatic&action=edit&redlink=1) dan [polaroid](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Kamera_instan&action=edit&redlink=1). Instagram dapat digunakan di *gadget* atau *smartphone* yang mana sedang digandrungi oleh para penggunanya belakangan ini seperti  [iPhone](http://id.wikipedia.org/wiki/IPhone), [iPad](http://id.wikipedia.org/wiki/IPad) atau [iPod Touch](http://id.wikipedia.org/wiki/IPod_Touch) versi apapun dengan sistem operasi [iOS](http://id.wikipedia.org/wiki/IOS) 3.1.2 atau yang terbaru, dan [telepon genggam](http://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam) [Android](http://id.wikipedia.org/wiki/Android_(sistem_operasi)) apapun dengan sistem operasi versi 2.2 ([Froyo](http://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_versi_Android#v2.2.x_Froyo)) ke atas. Aplikasi ini dapat diunggah melalui [Apple App Store](http://id.wikipedia.org/wiki/App_Store_(iOS)) dan [Google Play](http://id.wikipedia.org/wiki/Google_Play).

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram, dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti [Twitter](http://id.wikipedia.org/wiki/Twitter) dan juga [Facebook](http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook).

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di album foto di iDevice tersebut. Namun seiring dengan banyaknya penggunaan instagram maka banyak pula aplikasi-aplikasi yang muncul dan menunjang ide-ide kreatif untuk para pengguna instagram. Selain itu juga munculnya instagram dengan versi yang semakin hari semakin canggih dan beragam, mampu membuat instagram menjadi wadah atau sarana para penggunanya untuk berkreasi tidak hanya pada foto sebagaimana biasanya. Namun juga para pengguna instagram menuangkan ide dan kratifitasnya dengan mengunggah video pada akun media sosial instagram.

Media sosial adalah salah satu penunjang masyarakat yang satu untuk berkomunikasi dengan masyarakat yang lain. Dewasa ini, media sosial yang memiliki banyak versi sedang menjadi konsumsi masyarakat dimanapun dan kapanpun. Media sosial  adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi [blog](http://id.wikipedia.org/wiki/Blog), [jejaring sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial), wikipedia, forum dan [dunia virtual](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Dunia_virtual&action=edit&redlink=1). Blog, jejaring sosial dan wikipedia merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial bisa dimaknai sebagai sarana berkomunikasi dan berbagi. Oleh karenanya, dalam dunia internet seperti blogging atau Facebook, dikenal istilah *share* (berbagi). Bahkan, setiap blog atau situs selalu menyediakan fasilitas *social share*, terutama Facebook, Twitter, dan Google Plus. Atau sekarang ini banyak media sosial yang semakin mempermudah cara berkomunikasi dan ekspresi diri yaitu seperti Instagram, Path atau Twitter.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti [televisi](http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi), [radio](http://id.wikipedia.org/wiki/Radio), atau [koran](http://id.wikipedia.org/wiki/Koran) dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan [media](http://id.wikipedia.org/wiki/Media). Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

Media sosial sebagai media komunikasi tidak hanya dimanfaatkan untuk berbagi informasi dan inspirasi, tapi juga ekspresi diri (self expression), "pencitraan diri" (personal branding), dan ajang "curhat". Status terbaik di media sosial adalah update status yang informatif dan inspiratif. Namun seiring bersama pemakaiannya yang kebanyakan penggunanya adalah kaum muda, media sosial senantiasa mampu memfasilitasi untuk para penggunanya menuangkan ide-ide kreatif dan kuat akan nilai seni sehingga media tersebut menjadi wadah intuk berkreasi. Selain itu hal yang tidak kalah penting dalam penggunaan media sosial instagram khususnya kegiatan Indovidgram juga sebagai media pertukaran informasi yang kreatif. Para pengguna bisa mengemas pesan yang akan mereka sampaikan sedemikian rupa sehingga tertuang dalam bentuk video-instagram.

Penuangan kreativitas yang dituangkan ke dalam video memang bukan hal aneh untuk saat ini, terlebih lagi jika para kretaif tersebut mahir dalam menggunakan media sosial seperti Youtube misalnya. Namun fenomena yang sedang marak belakangan ini adalah menuangkan hal-hal, ide-ide atau sekedar cerita lucu ke dalam video yang berdurasi tidak terlalu lama yang di uanggah di akun media sosial Instagram.

Para pengunggah tidak harus menggunakan banyak waktu, peralatan atau biaya yang banyak untuk bisa membagikan hasil kreasinya. Foto dan musik dalam bentuk digital, Software video slideshow dan tentu saja gadget yang memadai sudah menjadi modal utama agar bisa melakukan Indovidgram tersebut. Dengan adanaya Indovidgram maka nampak dan bermunculan para kreatif khususnya dalam seni penggunaan media sosial instagram seperti @benakribo, @marloernesto, @ratrinabila, @aulion, dan banyak lagi.

Melihat latar belakang dan fenomena yang terjadi seperti di atas, maka peneliti tertarik dan memutuskan untuk mengkaji fenomena Indovidgram tersebut. Untuk itu peneliti memilih masalah **“FENOMENA INDOVIDGRAM PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS PASUNDAN”**.

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kegiatan Indovidram pada media sosial Instagram menjadi media ekspresi dan penuangan ide kreatif bagi mahasiswa?

2. Bagaimana kegiatan Indovidram pada media sosial Instagram menjadi media komunikasi bagi mahasiswa?

3. Bagaimana kegiatan Indovidram pada media sosial Instagram menjadi suatu gaya hidup bagi mahasiswa?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bahwa kegiatan Indovidram pada media sosial Instagram menjadi media ekspresi dan penuangan ide kreatif bagi mahasiswa.

2. Untuk mengetahui bahwa kegiatan Indovidram pada media sosial Instagram menjadi media komunikasi bagi mahasiswa.

3. Untuk mengetahui bahwa kegiatan Indovidram pada media sosial Instagram menjadi suatu gaya hidup bagi mahasiswa.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana penelitian ini bersifat teoritis tetapi tidak menolak manfaat praktis yang didapat dalam penelitian untuk memecahkan suatu masalah. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat tidak hanya bagi peneliti tetapi bagi pembaca lainnya. Kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Dapat memberikan kontribusi pada studi fenomenologi dalam kaitannya dengan konsumsi media komunikasi dan motif penggunaannya *(audience)*.
2. Memberikan tambahan wawasan mengenai kajian Ilmu Komunikasi, mengenai kelebihan kegiatan Indovidgram pada media sosial Instagram di kalangan mahasiswa sebagai penggunanya.
3. Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan keilmuan khususnya Ilmu Komunikasi.

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Memberikan pandangan kepada mahasiswa sebagai pelaku dalam menyikapi fenomena Indovidgram.
2. Diharapkan kegiatan Indovidgram mampu membuat aktivitas komunikasi menjadi lebih mudah, efektif dan efisien.
3. Dapat dijadikan suatu bahan rujukan oleh para peneliti dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai permasalahan sejenis.

**1.5 Kerangka Pemikiran**

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan peneliti, maka diperlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang terkait dengan penelitian yang sekarang dilakukan oleh peneliti.

Pesatnya perkembangan teknologi salah satunya pada alat komunikasi menyebabkan banyak orang berinovasi untuk menciptakan penunjang alat komunikasi tersebut menjadi semakin mengerti kebutuhan manusia, baik dari segi efisiensi dan lainnya. Sebagai suatu alat komunikasi yang dianggap kekinian dan sedang fenomenal, media sosial instagram mampu memunculkan ragam kegunaannya bagi para penggunanya. Indovidgram hadir dengan kelebihan yang dimilikinya untuk mampu menjadikan para penggunanya semakin keratif dan inovatif. Kegiatan Indovidgram dinilai mampu menyampaikan informasi secara kreatif melalui ungghaan sebuah video di media sosial instagram tanpa terlepas dari nilai guna yang dimiliki dari kegiatan Indovidgram tersebut. Nilai guna bagi para penggunanya khususnya mahasisnya seperti ajang menuangkan kreatifitas dalam seni mengolah video, sarana bertukar ide bagi sesama pengguna, menyampaikan pesan atau informasi tertentu yang dituangkan lewat video serta sarana untuk hiburan.

Untuk penelitian ini, teori yang digunakan oleh peneliti adalah Teori **Konstruksi Realitas Sosial** dari **Peter L. Berger dan Thomas Luckman**. Teori ini menjelaskan bahwa proses sosial melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif dan realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia yang bebas yang melakukan hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan berdasarkan kehendaknya.

**Teori Konstruksi Realitas Sosial ini memiliki tiga unsur yaitu Eksternalisasi, Objektifitas dan Internalisasi. Tiga proses ini terjadi diantara individu satu dengan individu lainnya dalam masyarakat. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, Objektifitas adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses intitusionalisasi dan Internalisasi adalah individu-individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya.** **(Luckman, 1966)**

Pengertian diatas menjelaskan bahwa konstruksi realitas sosial ini lahir dari adanya proses sosial yaitu melalui tindakan dan interaksi yang membuat individu menciptakan secara terus menerus sebuah realitas yang ia miliki secara subyektif.

Penjabarannya adalah saat kemunculan teknologi komunikasi dan cara komunikasi dengan media sosial merupakan produk sosial dari sebuah kemajuan zaman ditengah masyarakat dan menjadikannya sebagai bagian dari realitas objektif. Media sosial terbentuk dari pengalaman manusia yang kemudian disempurnakan dengan teknologi komunikasi dan memunculkan sebuah realitas

baru yang nyata yaitu manusia melakukan aktifitas komunikasi layaknya kehidupan sosial yang nyata namun dalam dunia maya.

Kemudian penggunaan metode **Fenomenologi** (*Phenomenological Method*) yang memfokuskan kepada pemahaman mengenai respon atas kehadiran atau keberadaan manusia buka sekedar pemahaman atas bagian yang spesifik atau perilaku khusus. Jadi fenomenologi menjadikan pengalaman yang sesungguhnya terhadap data dasar dari realitas. Fenomenologi juga dapat diartikan sebagai upaya studi tentang pengetahuan yang timbul karena rasa kesadaran ingin mengetahui. Objek pengetahuan berupa gejala atau kejadi yang dipahami melalui pengalaman secara sadar (*councious experience*).

Fenomenologi menganggap pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari. Kata gejala (*phenomenom* yang bentuk jamaknya adalah *phenomena*) merupakan asal istilah fenomenologi di bentuk dan dapat diartikan sebagai suatu tampilan dari objek. Kejadian atau kondisi-kondisi menurut persepsi serta penelaahan masalah dilaksanakan dengan mutu perspektif atau multi sudut pandang.

Penjelasan tersebut memberikan gambaran bahwa teori tersebut berusaha memperdalam pemahaman pengguna terhadap tujuan mereka dalam melakukan kegiatan Indovidgram. Teori ini berusaha masuk ke dalam kegiatan keseharian dengan sedemikian rupa, sehingga para pengguna mengerti bahwa apa dan bagaimana suatu pemahaman yang dikembangkan oleh Teori Fenomenologi yang diaplikasikan pada kegiatan sehari-hari.

Fenomena mengkonstitusi diri dalam kesadaran. Karena terdapat hubungan antara kesadaran dan realitas maka dapat dikatakan bahwa konstitusi adalah aktivitas kesadaran yang memungkinkan tampaknya realitas. Tidak ada kebenaran pada dirinya yang lepas dari kesadaran. Kebenaran hanya mungkin ada pada hubungan dengan kesadaran dan karena yang disebut realitas itu tidak lain daripada dunia, sejauh dianggap benar, maka realitas harus dikonstitusi oleh kesadaran. Konstitusi ini berlangsung dalam proses penampakan yang dialami oleh dunia ketika menjadi fenomena bagi kesadaran intensional. Mengulas pokok-pokok pikiran Husserl dalam **Fenomenologi** karangan **Kuswarno** mengenai fenomenologi antara lain adalah sebagai berikut :

1. **Fenomena adalah realitas sendiri yang tampak**
2. **Tidak ada batas antara subjek dan realitas**
3. **Kesadaran bersifat intensional**
4. **Terdapat interaksi antara kesadaran (noesis) dengan objek yang didasari (noema). (2009:2)**

Media merupakan suatu saluran yang membuat komunikasi yang bersifat abstrak menjadi nyata. Media atau medium pada dasarnya merupakan alat untuk menyatakan isi jiwa atau kesadaran yang berbentuk ucapan, tulisan maupun gambar. Adapun media sosial adalah media penyampaian informasi berbasis pada penggunaan teknologi internet yang dapat berfungsi sebagai media pertukaran informasi maupun konten pada masing-masing pengguna.

Bila dikaitkan dengan fenomenologi maka peneliti mencoba mengemukakan teori diatas menjelaskan bahwa setiap khalayak mempunyai sudut pandang berbeda dalam menyikapi atau memaknai fenomena Indovidgram atau dengan kata lain tiap-tiap individu akan mengalami pemaknaan yang berbeda dalam memahami dan menentukan gagasan yang mendasari berlangsungnya kegiatan Indovidgram pada media sosial Instagram yang sedang digandrungi.

Lebih lanjut lagi motif yang berbeda-beda dalam menggunakan suatu media yang akan memberikan manfaat atau kepuasan yang dirasakan oleh khalayak. Kegiatan Indovidgram dirasakan memiliki manfaat tersendiri dibandingkan dengan cara lain dalam pengaplikasian media sosial Instagram. Seperti yang kita ketahui, kegiatan Indovidgram menjadi kegemaran sebagian besar khalayak yang kini bisa menggunakan aplikasi media sosial Instagram, khususnya kalangan mahasiswa yang sudah terbiasa dengan segala sesuatu hal bergantung pada *gadget*, kemudian dituntut untuk selalu *up to date* dan kaya akan kreativitas yang bisa dituangkan lewat kegiatan Indovidgram.

Dari penjelasan di atas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut :

**Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran**

**FENOMENA INDOVIDGRAM PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS PASUNDAN**

**KONTRUKSI REALITAS SOSIAL**

**(Peter L. Berger & Thomas Luckmann)**

Indovidgram menjadi *trend* di kalangan mahasiswa sebagai salah satu pengguna media sosial Instagram

**FENOMENA**

**(Alfred Schutz)**

Kegiatan Indovidgram sebagai fenomena :

* Indovidgram sebagai Media Ekspresi dan Penuangan Ide Kreatif
* Indovidgram sebagai Media Komunikasi
* Indovidgram sebagai Gaya Hidup

**(Sumber : Berger 2009, Alfred Schutz 2011, Modifikasi Peneliti & Pembimbing, 2015)**