**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Manusia dalam menjalani kehidupannya sehari – hari tentunya tidak bisa lepas dari kegiatannya untuk bersosialisasi dengan orang lain dan untuk bersosialisasi itulah manusia memerlukan komunikasi sehingga akibatnya timbul interaksi dalam kehidupan manusia, maka ketika seseorang melakukan proses komunikasi dengan orang lain dibutuhkan kesamaan makna sehingga diharapkan agar proses komunikasi yang sedang terjadi dapat berlangsung efektif.

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder, proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memaknai lembang sebagai media pertama.

Media kedua yang dimaksud dalam proses komunikasi secara sekunder seperti surat, telepon, teks, surat kabar, radio, televisi, internet dan lain – lain. Media tersebut digunakan karena letak komunikator dan komunikan berada di tempat yang relatif jauh dan tentunya agar proses komunikasi berjalan dengan lancar. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia akan informasi menyebabkan semakin meningkat pula perkembangan teknologi dalam hal pemenuhan kebutuhan akan informasi dengan kemajuan di bidang teknologi informasi serta komunikasi sekarang ini, dunia tak lagi mengenal batas, jarak, ruang dan waktu. Sebagai contoh kini orang dapat dengan mudah memperoleh berbagai macam informasi yang terjadi di belahan dunia tanpa harus datang ke tempat tersebut. Bahkan orang dapat berkomunikasi dengan siapa saja di berbagai tempat di dunia ini, hanya dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi seperti komputer yang memasang jaringan internet atau juga telepon genggam (*Handphone*) yang tersambung ke internet.

Kehadiran internet telah membawa revolusi pada cara manusia melakukan komunikasi. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sarana komunikasi memungkinkan setiap orang berkomunikasi dengan pihak lain yang terhubung dengan internet walaupun lokasi tempat tinggal mereka berjauhan. Menurut Houngton, perkembangan internet terus berlangsung hingga kini. Diseluruh dunia jumlah pemakai internet tercatat sekitar 3 juta orang pada tahun 1994. Ditahun 1996 tercatat lonjakan dratis, jumlah pemakai internet hingga sebanyak 60 juta pengguna, pada tahun 1998 angka ini meningkat tajam hingga mencapai 100 juta pengguna dan untuk tahun 2005 diprediksi jumlah pengguna internet bakal mencapai 1 milyar pengguna (Tjiptono, 2001:3).

Begitu besarnya pengguna internet di dunia sehingga semakin banyak pula bermunculan situs - situs baru yang dapat di akses oleh para pengguna internet dan mereka berlomba - lomba untuk bisa mendapatkan pengguna internet yangsebanyak - banyaknya untuk mengakses internet. Sebagai contohnya, di era komunikasi global seperti sekarang ini banyak sekali bermunculan situs – situs *social networking* yang cukup menarik perhatian. *Social networking* adalah sebuah bentuk layanan internet yang ditujukan sebagai komunitas online bagi orang yang memiliki kesamaan aktivitas, ketertarikan pada bidang tertentu, atau kesamaan latar belakang tertentu. Contoh situs *social networking* antara lain seperti *Facebook, Twitter, My Space, Friendster,* yang terbaru ada *Instagram* dan *Path,* dll. Dengan adanya media sosial tersebut, dapat memudahkan semua orang untuk membuta, menyebarluaskan konten mereka sendiri, bisa berinterkasi langsung dengan produsen atau idola mereka secara *real time*.

Lebih dari 9 juta pengguna Internet di Indonesia atau sekitar 28 persen dari seluruh pengguna Internet di negeri ini adalah mereka yang berusia di antara 20 sampai 30 tahun. Kelompok inilah, disebut juga sebagai *Digital Natives,* yang membentuk tren yang terjadi di dunia maya. Selain jumlah populasinya merupakan yang terbesar, kelompok pengguna Internet dari usia ini merupakan kelompok yang paling berpengaruh.

*Instagram* sebagai salah satu jejaring sosial yang terbesar pada saat ini dan merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

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

Saat ini banyak orang menggunakan media internet terutama Instagram sebagai sarana untuk memperluas jaringan komunikasi serta menginformasikan tentang kegiatan mereka yang diabadikan. Selain itu sekarang ini banyak para pengguna Instagram yang menjadikan jejaring sosial Instagram ini sebagai ajang eksistensi diri atau aktualisasi diri. Banyak orang yang berlomba – lomba memperbanyak postingan foto atau videonya lalu banyak yang meng’*love*’ (menyukai) dan *followers*nya , sehingga mungkin bisa dianggap sebagai salah seorang yang eksis didunia maya.

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepatnya eksistensi diri. Kita dapat memodifikasi frasa filosof prancis Rene Descartes (1596-1650) yang terkenal itu *Cogito Ergo Sum* (“saya berpikir, maka saya ada”) menjadi “Saya berbicara , maka saya ada”. Bila kita berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah – olah kita tidak eksis. Namun kita berbicara, kita menyatakan bahwa sebenarnya kita ada. Fungsi komunikasi sebagai eksistensi diri.

Dalam kasus *Instagram* ini berbicara dalam arti menyebarluaskan foto atau video yang dirasa mampu mendorong rasa ingin tahu orang, menunjukkan jati diri kita siapa, berasal dari status sosial manakah kita, dan lain- lainnya.

Dengan berkembangnya zaman, media komunikasi visual dengan bentuk fotografi turut memegang peranan penting. Media ini bertujuan untuk menimbulkan kesan tertentu pada pengamat atau komunikan.Foto atau gambar merupakan elemen yang potensial dalam membangun imajinasi dan kesan.Komunikasi berlangsung taktis dan strategis Karena diandaikan bahwa kesan yang terkesanakan sampai seutuhnya kepada *audience*.

Di sisi lain media sosial merupakan suatu saluran yang membuat komunikasi menjadi nyata. Media atau medium pada dasarnya adalah alat untuk menyatakan isi jiwa atau kesadaran yang berbentuk ucapan, tulisan maupun gambar.Adapun sosial media sebagai media penyampaian informasi yang berbasis pada penggunaan teknologi internet, yang berfungsi sebagai media pertukaran informasi.Media sosial yang memberikan manfaat dan kepuasan yang dirasakan oleh penggunanya. media ini dirasakan memiliki keunggulan yang yang mereka butuhkan. Seperti yang kita ketahui pada saat ini media sosial banyak digunakan oleh khalayak, terutama remaja. Selain kebutuhan sebagai *life style* yang mereka penuhi, terdapat suatu kebutuhan yaitu kepuasan.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat pola pikir seseorang lebih maju. Tak heran teknologi mampu menyedot perhatian karena kemudahan dan keunggulan-keunggulan yang ditawarkan sangat menarik. Bahwa sudah tidak dipungkiri lagi manusia dan teknologi tidak dapat dipisahkan karena sudah menjadi sebuah kebutuhan.

Kebutuhan manusia akan informasi tidak akan ada habisnya. Perkembangan telepon seluler atau HP yang kini sudah semakin canggih dengan menawarkan fitur yang memudahkan setiap penggunanya.Mengikuti perkembangan teknologi digital kini HP dilengkapi dengan fitur-fitur seperti radio, televisi, kamera, video, MP3, *game* dan kamera . Fitur seperti ini sangat membantu bagi masyarakat yang memerlukan alat komunikasi yang mudah dibawa kemana saja.

Perkembangan teknologi informasi yang cepat memunculkan media sosial yang bernama Instagram di Oktober 2010, menyebabkan *photography*berkembang menjadi lebih pesat lagi. Hal ini dapat kita lihat berdasarkan data statistik pengguna kamera di situs [*www.flickr.com*](http://www.flickr.com/) per 5 Januari 2015, pengguna kamera  *brand*Apple menempati posisi pertama. iPhone 5S yang masuk ke dalam tipe *cameraphone* berhasil membuat sebanyak 11.665 penggunanya mengunggah lebih dari 300.000 foto ke dalam website tersebut.

Persepsi disebut sebagai inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antarindividu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.

Dalam teori persepsi Dedi Mulyana. Dalam teori ini membagi teori persepsi menjadi 3 bagian yaitu :Sensasi, Atensi , Interpretasi.

Berdasarkan fenomena dan uraian diatas , maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut untuk mengetahui dan mendalami kasus tersebut dengan judul “**PERSEPSI MAHASISWA MENGENAI FOTOGRAFI INSTAGRAM DI LINGKUNGAN FISIP UNIVERSITAS PASUNDAN”**

* 1. **Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas peneliti memfokuskan pada

**“Bagaimana Persepsi Mahasiswa Mengenai Fotografi instagram?”**

**1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitiandi atas, maka peneliti memperoleh beberapa pertanyaan penelitian yang akan di teliti adalah:

1. Bagaimana sensasi mahasiswa mengenai fotografi instagram di Universitas pasundan
2. Bagaimana atensi mahasiswa mengenai fotografi instagram di Universitas Pasundan
3. Bagaimana interpretasi mahasiswa mengenai fotografi instagram di Universitas pasundan

**1.3 Tujuan Penelitian**

**1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui sensasi mahasiswa mengenai fotografi instagram di Universitas Pasundan
2. Untuk mengetahui atensi mahasiswa mengenai fotografi instagram di Universitas Pasundan
3. Untuk mengetahui interpretasi mahasiswa mengenai fotografi instagram di Universitas pasundan

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat serba nilai guna bagi pengembangan ilmu pada umumnya dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Hubungan Masyarakat (Humas) khususnya. Maka dari itu kegunaan secara umum dapat di bedakan menjadi:

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat secara teoritis yaitu melalui sumbangan teori dan analisinya untuk kepentingan penelitian di masa yang akan datang dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan
2. Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan terhadap persepsi mahasiswa mengenai fotografi di instagram

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi Sebagai sumbangan pemikiran dalam menyikapi persepsi remaja.
2. Memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat dalam bentuk karya tulis ilmiah yang dapat membantu masyarakat mengetahui dan memahami serta memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai Fotografi

**1.5 Kerangka Pemikiran**.

*Instagram* sebagai salah satu jejaring sosial yang terbesar pada saat ini dan merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri.

Kata *Instagram* sendiri berasal dari kata *Insta*, yang berarti instan, dan Gram yang diambil dari kata telegram. Dulunya Instagram adalah aplikasi gratis dari *iTunes* yang didirikan oleh Perusahaan Burbn, Inc. Yang berdiri pada tahun 2010, Perusahaan teknologi *startup* yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Manusia adalah makhluk sosial serta makhluk individual yang dinamis dan kritis sehingga apa yang mereka lihat dapat menimbulkan suatu kesan atau pesan yang dituangkan dalam sebuah pendapat (persepsi). Persepsi merupakan pengamatan yang dilakukan seseorang dimana persepsi tersebut memerlukan suatu rangsangan yang disebut dengan indra (pengindraan) baik apa yang dia lihat, dia dengar dan dia rasakan.

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan, peneliti memerlukan kerangka berfikir yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti.

 Karena pada dasarnya Manusia adalah makhluk sosial serta makhluk individual yang dinamis dan kritis sehingga apa yang mereka lihat dapat menimbulkan suatu kesan atau pesan yang dituangkan dalam sebuah pendapat (persepsi). Persepsi merupakan pengamatan yang dilakukan seseorang dimana persepsi tersebut memerlukan suatu rangsangan yang disebut dengan indra (pengindraan) baik apa yang dia lihat, dia dengar dan dia rasakan.

 Salah satu komponen penting dalam berkomunikasi adalah persepsi. Persepsi menjadi penting karena persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi.Dalam kehidupan dan komunikasi sehari-hari betapa sering kita menampilkan persepsi terhadap realitas dunia.Contohnya, setiap hari kita memandang beragam objek yang ditangkap oleh panca indera kita, yaitu, mata. Kita melihat pemandangan di sekitar kita. Kemudian, apayang kita lihat tersebut, diproses di dalam pikiran kita sehinggamembentuk suatu persepsi, sehingga kita menyadari betapa indahnya dunia beserta isinya.Dalam hal membentuk suatu pesepsi, tentu terdapat beragam faktor yang mempengaruhinya, tetapi sebelumnya kita akan memperhatikan terlebih dahulu pengertian tentang persepsi.

 Kita mengetahui bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan. Pengindraan disini memaksudkan suatu proses menerima stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indra.Lalu, stimulus tersebut akan segera diteruskan oleh syaraf ke otak sebagai pusat susunan saraf, dan proses selanjutnya adalah proses persepsi yang dilakukan olehmasing-masing individu, dengan hasil persepsi yang tentu akan berbeda-beda satudengan yang lainnya.

Persepsi terbentuk karena suatu stimulus di dalam diri individu yang menerima suatu rangsangan sehingga rangsangan tersebut dapat diterima oleh diri individunya itu sendiri. Rangsangan tersebut membentuk suatu aksi yang dilakukan untuk mengatasi keadaan yang dikehendaki.

Menurut **Deddy Mulyana (2007:179)**, persepsi adalah proses yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita.

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses yang terjadi pada diri kita terhadap suatu lingkungan atau ruang lingkup yang melibatkan panca indra (pengindraan) serta adanya suatu rangsangan dimana alat indra kita bekerja baik itu indra penglihatan, pendengaran dan penciuman terhadap apa yang kita rasakan tergantung pada stimulus fisik dan sosial dalam lingkungan itu sendiri.

Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat – alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pengecap dan indra pendengar), atensi dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecapan. Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari. Seseorang tidak lahir untuk kemudian mengetahui bahwa rasa gula itu manis dan api itu membakar. Semua indra itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk di interpretasikan. Oleh karena otak menerima kira – kira dua pertiga pesan melalui rangsangan visual, penglihatan mungkin merupakan indra yang paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Tidak seperti pesan visual yang menuntut mata mengarah pada objek, suara diterima dari semua arah. Penciuman, sentuhan dan pengecapan terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi, seperti lewat bau parfume yang menyengat, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam di pantai.

Atensi tidak terelakkan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi masyarakat kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri. Dalam banyak kasus, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian kita.

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun anda tidak dapat menginterpretasikan makna setiap objek secara langsung, melainkan menginterpretasikan makna informasi yang anda percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut.

Persepsi juga dapat dikatagorikan sebagai sesuatu yang dapat dirasakan oleh panca indra disertai adanya suatu pengalaman, peristiwa yang sedang terjadi dan menimbulkan sebuah pesan, seperti pengindraan kita mengenai lingkungan dimana yang kita ketahui bersama bahwa lingkungan sangat mempengaruhi terjadinya suatu persepsi akibat suatu perubahan (Fenomena) yang terjadi.

Berorientasi pada kerangka pemikiran yang telah peneliti paparkan, berikut uraian bagan kerangka pemikiran dari permasalahan yang peneliti angkat sebagai berikut:

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Bagaimana Persepsi Mahasiswa Mengenai Fotografi Instagram Di Universitas Pasundan

Teori Persepsi

Dilihat dari persepsi Mahasiswa Universitas pasundan mengenai fotografi Instagram

(Deddy Mulyana)

Persepsi

Sensasi

Atensi

Interpretasi

**(Sumber: Deddy Mulyana, Modifikasi Penulis & Pembimbing 2017)**