**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1. Kajian Literatur**

**2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Review penelitian merupakan sebuah kumpulan dari suatu penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh orang lain dan masih berkaitan dengan penelitian yang saat ini diteliti. Dalam mencari penelitian terdahulu harus dapat menghindari pengulangan penelitian atau duplikasi dari penelitian sebelumnya, berikut ini terdapat penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan referensi untuk menunjang dalam melakukan penelitian terkait tentang ilmu komunikasi lainnya yaitu:

1. Skripsi milik Novi Hadiantiningsih, Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, Tahun 2013, yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi *Onlineshop.*
2. Skripsi milik Aulia Nurhasanah, Mahasiswa Univesitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, Tahun 2014, yang berjudul Peran Media Sosial Twitter dan Instagram Pada Fans K-POP BTS Indonesia dan Fans K-POP BTS Internasional.

**Tabel 2.1**

**Review Penelitian Sejenis**

|  |  |
| --- | --- |
| **No** | **1** |
| **Peneliti** | Novi Hadiantiningsih |
| **Judul dan Sub Judul Penelitian** | Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi *Onlineshop*(Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada *Onlineshop* @Barbiezhaa di Cianjur) |
| **Metode Penelitian** | Kualitatif |
| **Hasil Penelitian** | Penelitian ini memilih untuk memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi bagi usaha onlineshop, karena berdasarkan faktor kebutuhan pasar yang ditargetkan kepada seseorang yang aktif dalam media sosial, selain itu hal ini bertujuan untuk menjadi seorang pembisnis yang kreatif dan inovatif juga bijak dalam memilih media promosi. |
| **Perbedaan Penelitian** | Penelitian sebelumnya meneliti tentang pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi onlineshop, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini tentang penggunaan akun instagram “kelasgarasi” sebagai referensi fotografi di media sosial. Jadi penelitian saat ini lebih fokus kepada media sosial instagram yang menjadi media referensi atau media pembelajaran *non*-formal. |
| **No** | **2** |
| **Peneliti** | Aulia Nurhasanah |
| **Judul dan Sub Judul Penelitian** | Peran Media Sosial Twitter dan Instagram Pada Fans K-POP BTS Indonesia dan Fans K-POP BTS Internasional(Studi Kualitatif Peran Media Sosial Twitter dan Instagram Pada Fans K-POP BTS Indonesia dan Fan K-POP BTS Internasional Di Kota Bandung) |
| **Metode Penelitian** | Kualitatif |
| **Hasil Penelitian** | Penelitian ini menunjukkan bahwa peran dari media sosial sangat bermanfaat bagi seorang fans BTS yang ada di Indonesia dan Internasional, peran media sosial tersebut diantaranya mampu untuk menghubungkan seseorang dari mana pun dan kapan pun. Maupun dengan motif pengguna media dan kontruksi sosialnya yang timbul dari media sosial. |
| **Perbedaan Penelitian** | Penelitian sebelumnya meneliti tentang peran media sosial twitter dan instagram pada fans K-POP BTS Indonesia dan fans K-POP BTS Internasional, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini tentang penggunaan akun instagram “kelasgarasi” sebagai referensi fotografi di media sosial. Jadi penelitian saat ini lebih fokus kepada media sosial instagram yang menjadi media referensi atau media pembelajaran *non*-formal. |

**Sumber: Catatan Peneliti 2020**

**2.1.2. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual adalah suatu konsep dari sebuah permasalahan yang akan diteliti, kerangka ini berguna untuk menjelaskan secara jelas tentang sebuah topik pembahasan dari suatu penelitian. Untuk menjelaskan kerangka konseptual harus menjelaskan sebuah teori yang telah dijelaskan oleh para ahli sebagai tinjauan pustaka dalam landasan penelitian, tinjauan pustaka biasanya berisi tentang semua pengetahuan yang akan membantu dalam penyusunan kerangka pemikiran penelitian.

**2.1.2.1. Komunikasi**

**2.1.2.1.1. Definisi Komunikasi**

Setiap manusia tentunya membutuhkan sebuah komunikasi dan pasti melakukan suatu komunikasi secara verbal maupun non verbal, oleh karena itu komunikasi dapat dikatakan sebagai hal terpenting dalam sebuah kehidupan sehari-hari manusia. Mulai dari manusia dilahirkan ke dunia pastinya akan melakukan komunikasi terhadap lingkungan sekitarnya secara sadar maupun tidak sadar, sebab kebutuhan komunikasi merupakan hal untuk mendapatkan sebuah informasi.

Pengertian komunikasi telah banyak dikemukakan oleh beberapa ahli dari pakar komunikasi, salah satunya oleh Evereet M. Rogers seorang pakar sosiologi membuat sebuah definisi komunikasi yang di kutip dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar karya Deddy Mulyana menjelaskan bahwa “Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (Mulyana, 2019,h.69)

Berdasarkan pengertian dari Rogers bahwa pengiriman sebuah pesan atau informasi yang berawal dari sumber itu harus di sampaikan kepada penerima agar menghasilkan suatu perubahan tingkah laku terhadap semua orang yang ikut dalam menerima pesan tersebut.

Istilah komunikasi berasal dari perkataan bahasa latin yaitu *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun dalam dua orang atau lebih. Namun pengertian tersebut belum mewakili dari penelitian yang saat ini dilakukan, oleh karena itu terdapat pengertian komunikasi yang dijelaskan oleh Shannon dan Weaver (1949) dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi karya Hafied Cangara, menjelaskan bahwa “komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh memengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja.” (Cangara, 2014,h.23) menurut Shannon dan Weaver sangat dapat dimengerti bahwa sebuah komunikasi itu tidak memiliki sebuah batas dalam melakukannya, karena bentuk komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai hal dan tujuan yang jelas.

Selain pengertian kedua di atas, ada juga pengertian komunikasi menurut Carl I. Hovland yang di kutip dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek karya Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa “ ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembetukan pendapat dan sikap.” (Effendy, 2017,h.10)

Dalam definisi Hovland menjelaskan bahwa sebuah objek dalam ilmu komunikasi bukan tentang menyampaikan informasi, tetapi harus menghasilkan pendapat dari khalayak umum maupun sikap kehidupan publik secara sosial dan politik untuk memainkan peranan yang sangat penting dalam menyampaikan informasi. Bahkan secara khusus Hovland mendefinisikan juga bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilau orang lain *(communication is the process to modify the behavior of other individuals).* Namun suatu komunikasi yang bersifat komunikatif seperti di atas akan mampu untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain.

Kesamaan dalam menggunakan bahasa untuk melakukan komunikasi belum tentu menjamin terjalinnya sebuah komunikasi secara baik atau menimbulkan timbal balik yang sesuai dengan makna, jadi suatu komunikasi dapat terjalin secara baik dan komunikatif apabila seorang komunikator dan komunikannya memiliki kesamaan makna dalam hal yang dibicarakan.

Peran komunikasi sangat begitu penting kehidupan manusia, karena manusia dapat melakukan penyampaian isi pikiran, gagasan dan pendapatnya. Seperti halnya sama dengan penelitian yang dilakukan saat ini, yaitu tentang membahas sebuah referensi fotografi yang dilakukan oleh komunitas *let’s hunting photography* pada akun instagram kelasgarasi. Komunikasi terjalin dalam media sosial akun instagram kelasgarasi dan grup whatsapp *let’s hunting* saat para fotografer ingin mencari sebuah referensi dan ingin mendapatkan kritik maupun saran, sehingga para anggota komunitas tersebut dapat melakukan kegiatan fotografi secara baik dan menghasilkan sebuah foto yang sangat indah.

**2.1.2.1.2. Unsur Komunikasi**

Melihat dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli tentang ilmu komunikasi, maka terdapat juga unsur komunikasi yang dicakup sebagai syarat hadirnya suatu komunikasi. Menurut Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi menyebutkan beberapa unsur-unsur komunikasi, sebagai berikut:

1. Sumber, semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok.
2. Pesan, adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.
3. Media, ialah alat yang digunakan untuk meemindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
4. Penerima, adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.
5. Pengaruh, adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang.
6. Tanggapan Balik, umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pada pengaruh yang berasal dari penerima.
7. Lingkungan, ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. (Cangara, 2016,h.27-30)

Bahwa unsur komunikasi yang telah dijelaskan di atas merupakan unsur yang berguna untuk melakukan sebuah komunikasi agar berlangsung secara komunikatif dan efektif serta mampu menghasilkan timbal balik yang sesuai.

**2.1.2.1.3. Tujuan Komunikasi**

Dalam melakukan kehidupan sehari-hari pasti akan terjadinya sebuah komunikasi dengan siapapun dan dimanapun , tetapi agar sebuah komunikasi itu berjalan dengan baik dan tersampaikan secara benar, maka terdapat tujuan komunikasi yang dijelaskan oleh Widjaja dalam bukunya yang berjudul Komunikasi & Hubungan Masyarakat, bahwa komunikasi terdiri dari beberapa tujuan sebagai berikut: 1) Menjelaskan sebuah informasi kepada komunikan secara tuntas dan benar sehingga komunikator dapat mengerti apa yang dimaksud, 2) Mengerti dan memahami komunikan tentang apa yang diinginkannya, 3) Melakukan pendekatan persuasif supaya semua yang dilakukan dapat di terima, 4) Melakukan kegiatan non verbal yang lebih mendorong untuk memperjelas komunikasi yang dilakukan. (Widjaja, 2010,h.10)

**2.1.2.1.4 Fungsi Komunikasi**

Jika suatu komunikasi dipandang dengan arti luas, bukan hanya diartikan sebagai pertukaran informasi dari komunikan kepada komunikator secara untuk menghasilkan sebuah *feedback* , akan tetapi kegiatan komunikasi untuk melakukan pertukaran data, fakta, ide terdapat suatu fungsi yang dilakukan dalam sistem sosial. Menurut Widjaja dalam bukunya yang berjudul Komunikasi & Hubungan Masyarakat, menjelaskan terdapat 8 fungsi di dalam komunikasi yaitu sebagai berikut:

1. Informasi,
2. Sosialisasi,
3. Motivasi,
4. Perdebatan dan diskusi,
5. Pendidikan,
6. Memajukan Kebudayaan,
7. Hiburan,dan
8. Integrasi (Widjaja, 2010,h.9).

Pada umumnya fungsi tersebut dilakukan untuk membangun konsep diri untuk menyampaikan perasaan tentang kehidupan sosial dengan cara melakukan pertukaran fakta untuk menyelesaikan perbedaan fakta, sehingga mendorong intelektual, kreativitas dan menghargai keinginan orang lain.

**2.1.2.1.5. Tipe Komunikasi**

Tipe komunikasi ditentukan oleh tingkat kelaziman mulai dari melibatkan peran komunikasi yang jumlah peserta komunikasinya paling sedikit hingga jumlah peserta komunikasinya paling banyak, menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar menjelaskan bahwa tipe komunikasi terbagi menjadi 6 yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang dilakukan hanya dengan diri sendiri.

1. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi dengan orang lain secara tatap muka, yang memungkinkan dapat menangkap reaksi secara langsung.

1. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah kumpulan orang yang memiliki tujuan yang sama untuk mencapai tujuan bersama, meskipun dalam kelompok memiliki peran yang berbeda namun mereka saling mengenal.

1. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi yang dilakukan oleh pembicara kepada khalayak banyak yang tidak saling mengenal.

1. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang bersifat formal dan juga informal yang berlangsung lebih besar dari komunikasi kelompok.

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa yang dikelola oleh suatu lembaga dengan ditujukan kepada khalayak yang tersebar di berbagai tempat. (Mulyana, 2019,h.80-83)

Proses komunikasi yang terjadi di atas memiliki tiap karakter yang berbeda dalam jenis komunikasinya, dalam penelitian saat ini akan dilakukan komunikasi dengan menggunakan tipe komunikasi massa. Komunikasi massa dilakukan agar para fotografer dapat melihat referensi fotografi dimanapun dan kapanpun dengan bebas.

**2.1.2.2. Media Sosial**

**2.1.2.2.1. Definisi Media Sosial**

Media sosial merupakan produk dari munculnya dunia teknologi dan informasi saat ini, sekarang hampir semua orang memiliki akun media sosial dan bisa dikatakan sebagai kebutuhan hidup manusia. Sebab hampir setiap ingin melakukan aktivitas pasti selalu ingin membuka media sosial terlebih dahulu untuk mencari informasi terbaru, sebab dalam media sosial semua orang dapat melakukan interaksi meskipun tidak saling kenal atau belum pernah ketemu secara tatap muka langsung. Interaksi yang dilakukan dalam media sosial harus di dukung dengan adanya internet untuk menghasilkan konektifitas terhadap sesama pengguna media sosial.

Semenjak munculnya berbagai macam media sosial, saat ini telah digunakan oleh berbagai pihak bukan hanya digunakan untuk kepentingan individu melainkann digunakan juga oleh perusahan besar maupun kecil untuk kepentingan tertentu.

Web 2.0 adalah istilah dari media sosial yang telah populer untuk menggambarkan *World Wide Web* (WWW) istilah itu diciptakan oleh Tim O’Reilly pada tahun 2005 saat berfokus pada bidang teknologi komputer. O’Reilly menjelaskan dalam buku *Social Media A Critical Intriduction* karya Fuchs bahwa “web 2.0 adalah jaringan sebagai *platform* yang menjangkau semua perangkat yang terhubung.” (Fuchs, 2014,h.32)

Dalam media sosial terbentuk sebuah sosialisasi seperti pengenalan, komunikasi dan kerjasama. Ketiga bentuk tersebut adalah lapisan yang terjadi pada masyarakat yang pada dasarnya bahwa pengenalan adalah dasar dari terjadinya suatu komunikasi untuk menghasilkan sebuah kerjasama antar kedua belah pihak. Kegiatan tersebut juga terjadi pada antarpengguna yang saling membentuk jaringan seperti di dalam masyarakat *offline*, hal ini dapat dikatakan sebagai *tecno-social system.* Menurut Fuchs dalam bukunya yang berjudul *Social Media A Critical Intriduction* menjelaskan bahwa “*techno-social system* adalah sebuah sistem sosial yang terjadi dan berkembang dengan perantara sekaligus keterlibatan perangkat teknologi” (Fuchs, 2014,h.44)

Untuk memperjelas definisi media sosial, berikut penjelasan menurut Antony Mayfield dalam bukunya yang berjudul *What Is Social Media* menjelaskan bahwa:

Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa yang saling membagi ide, bekerja sama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baik, pasangan dan membangun sebuah komunitas. (Mayfield, 2008,h.6)

Oleh sebab itu kita harus menjadi diri sendiri di dalam media sosial, karena perkembangan waktu dalam media sosial begitu cepat dan sudah menjadi sarana dunia berbisnis karena lebih mudah di akses maupun memiliki banyak manfaat bagi kehidupan jaman sekarang.

**2.1.2.2.2. Karakteristik Media Sosial**

Media sosial yaitu produk yang terdapat pada media siber, oleh karena ini perbedaan antara media sosial dengan media siber tidak begitu berbeda jauh. Meskipun karakteristik media siber dapat dilihat dalam media sosial, namun media sosial memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh media siber lainnya. Dalam media sosial terdapat pemahaman bagaimana suatu media dapat menjadi sarana dunia virtual, namun pada akhirnya saat ini media sosial sudah digunakan untuk bidang jurnalistik, hubungan masyarakat, pemasaran, politik dan lainnya. Adapun karakteristik media sosial menurut Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Media Sosial menjelaskan bahwa media sosial memiliki 7 karakteristik, diantaranya sebagai berikut:

1. **Jaringan (*Network*) Antarpengguna**

Istilah “Jaringan” dapat dipahami dalam bidang teknologi seperti ilmu komputer yang artinya infrastruktur untuk menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras. Namun, istilah ini berkembang dalam teknologi komputer menjadi istilah yang digunakan dalam kajian budaya dan sosial. Menurut Joost van Loon (2006: h.3 dalam Nasrullah,2017) menjelaskan bahwa kata *network* menjadi kata yang sulit untuk ditempatkan pada peta konsep-konsep teori.

Media sosial terbangun oleh struktur sosial yang memiliki karakter jaringan sosial dan terbentuk pada jaringan atau internet, jaringan yang terbentuk oleh antarpengguna merupakan jaringan yang teknologinya telah dimediasi oleh perangkat teknologi seperti komputer, telepon genggam, atau tablet.

Jaringan dengan antarpengguna dalam media sosial terjadi secara mekanisme teknologi yang dimana dalam dunia nyata mereka sesama pengguna media sosial tidak memperdulikan persoalan kenal atau tidak, tetapi jaringan tersebut dapat menghasilkan komunitas yang memunculkan nilai-nilai yang ada di lingkungan masyarakat.

1. **Informasi (*Information*)**

Informasi dalam media sosial menjadi sebuah entitas yang sangat penting, sebab dalam media sosial akan terjadi pada penggunanya untuk melakukan kreatifitas dalam merepresentasikan identitasnya, melakukan produksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang di dapat dan yang ingin di sampaikan.Informasi dalam media sosial akan diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi oleh sebab itu informasi bersifat komoditas yang bernilai.

Dalam teknologi informasi ini memberikan banyak manfaat untuk menyampaikan dan menerima suatu informasi, sebab informasi menjadi bahan baku utama yang mampu memberikan pengaruh terhadap masyarakat maupun individu. Dari konsumsi informasi tersebutlah terjadi sebuah jaringan yang secara sadar dan tidak sadar akan bermuara pada institusi masyarakat berjejarin *(network society)*

1. **Arsip (*Archive*)**

Menurut pengguna aktif media sosial, arsip menjadi suatu karakter yang menjelaskan bahwa informasi dapat tersimpan dan mampu untuk di akses kapanpun serta dimanapun. Itulah kekuatan media sosial yang mampu menyimpan informasi berlama-lama hingga sejak pertama kali penggunanya menggunakan media sosial.

Dapat dikatakan bahwa media sosial ini adalah media baru untuk menyimpan sebuah kenangan atau informasi penting secara praktis, sebab tidak memperlukan sebuah ruang, namun hanya memerlukan sedikit pengetahuan teknis untuk mengoperasikan media sosial tersebut. Oleh karena itu, internet dapat digunakan sebagai tempat media pustaka digital untuk mengakses arsip-arsip yang tersimpan.

Kehadiran media sosial memberikan dampak terhadap ruang perpustakaan *virtual* yang dapat lebih memudahkan penggunanya dalam mencari suatu informasi, hal yang dapat dilakukan dalam perpustakaan *virtual* yaitu dengan melakukan pencarian dengan *hastag* atau tagar. *Hastag* tersebut akan memberikan informasi yang sedang diperbincangkan atau yang sedang populer di dunia.

1. **Interaksi (*Interactivity*)**

Terjadinya interaksi antar pengguna media sosial dikarekan adanya pembentukan dalam jaringan yang memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di media sosial. Bahwa dapat diketahui sesuai dengan fungsinya media sosial adalah alat komunikasi yang mampu memberikan dan menerima informasi secara luas maupun tempat untuk mencari informasi pada jaman masa kini.

Media sosial juga dapat memberikan dampak bagi seseorang untuk menjadi lebih terkenal karena hasil dari karyanya yang di posting dalam media sosial, kreatifitas yang menonjol pada akun media sosiallah yang mampu menarik perhatian publik. Tidak sedikit orang yang terkenal di dalam jaringan media sosial ikut di publikasikan pada media televisi maupun koran, hal itu diakibatkan adanya fitur *broadcast* atau saat ini lebih dikenal dengan kata lain *paid promote.*

Dikutip dari pernyataan Steven Graham (2004), Gane and Beer menyatakan bahwa “interaksi merupakan proses yang terjadi antara pengguna dan perangkat tekologi”. Dalam kehidupan masyarakat saat ini sudah menjadikan teknologi menjadi suatu kebutuhan dan tidak bisa dilepaskan dari kegiatan sehari-hari, bisa dikatakan bahwa saat ini teknologi digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari.

1. **Simulasi (*Simulation*) Sosial**

Menurut Jean Baudriallard dalam *Simulations and Simulacra* (1994), mengungkapkan gagasan bahwa “simulasi adalah kesadaran yang *real* di dalam benak khalayak dan akan semakin berkurang maupun tergantikan oleh realitas semu”. Hal tersebut disebabkan oleh imajinasi pengguna media sosial yang tidak bisa membedakan dunia nyata dengan dunia *virtual.*

Dalam media sosial sebuah interaksi memang sangat menggambarkan bahkan sangat mirip dengan realitasnya, namun interaksi yang terjadi adalah salinan yang dapat dikatakan berbeda sama sekali. Baudrillard juga menyebutkan bahwa interaksi yang ada dalam media sosial itu sebagai *“a copy of a copy with no original”.*

1. **Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)**

Konten yang berada di media sosial dapat di konsumsi oleh pengguna akun media sosial untuk menerima dan menyampaikan informasi, dengan kata lain bahwa seorang pengguna media sosial dapat menjadi seorang komunikator maupun menjadi seorang komunikan secara bersamaan.

Penggambaran konten oleh pengguna ini juga berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini, bahwa peneliti ingin mengetahui motif dari komunitas *let’s hunting photography* dalam memanfaatkan akun instagram kelasgarasi tersebut sebagai referensi anggota komunitas untuk kepentingan fotografi. Sebab pemanfaatan media sosial ini kesinambungan antara sesama pengguna untuk menghasilkan suatu hubungan yang baik, karena pada saat ini semua orang dapat melakukan komunikasi secara cepat dan mudah dengan menggunakan media internet meskipun dibatasi oleh jarak yang begitu jauh.

1. **Penyebaran (*Share/Sharing*)**

Karakter ini merupakan media yang mudah di konsumsi oleh pengguna media sosial, sebab media sosial mampu memberikan sikap kepada khalayak untuk ikut aktif dalam menyebarkan konten dan mengembangkannya. Penyebaran ini dianggap sangat penting dalam penyebaran informasi yang dapat dilakukan dalam *platform* media sosial dan penyebaran ini dapat menambah wawasan bagi pengguna lain yang belum mengetahui informasi atau isu terbaru yang telah terjadi.

**2.1.2.2.3. Jenis-Jenis Media Sosial**

Media sosial saat ini mampu menguvah cara komunikasi individu, masyarakat, organisasi maupun pemerintahan. Oleh sebab itu terdapat jenis media sosial menurut Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Media Sosial dan dikategorikan menjadi 6 untuk melihat seperti apa media sosial tersebut dalam interaksinya, yaitu sebagai berikut:

1. **Media Jejaring Sosial *(Social Networking)***

Jejaring sosial adalah media yang sangat populer dalam kategori media sosial, media ini yaitu media yang dapat digunakan untuk oleh pengguna media sosial untuk melakukan hubungan sosial atau berinteraksi dengan pengguna media sosial yang lainnya pada waktu yang bersamaan. Kemungkinan besar semua yang dipublikasikan pada media sosial seperti teks, foto, dan video adalah bentuk yang dapat menarik perhatian sebab publikasi yang terjadi yaitu *real time.*

Situs jejaring sosial merupakan aplikasi yang mencakup informasi mengenai profil pribadinya serta terdapat fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk bercerita tentang keadaan sekitar dan dapat ditambahakan dengan foto maupun video.

1. **Jurnal *Online (Blog)***

Jurnal online atau blog adalah media sosial yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk mempublikasikan tentang aktivitas, saling berkomentar, dan berbagi. Bahwa kehadiran *blogger* saat ini bisa dikaitkan sebagai jurnalis, sebab *blogger* juga mampu untuk mempublikasikan informasi mengenai kejadian yang terjadi di sekitarnya kepada publik, bentuk publikasi yang di unggah oleh *blogger* tentunya konten yang sedang hangat diperbincangkan .

Saat ini situs blog juga sudah digunakan oleh beberapa perusahaan dan pemerintah, hal itu bertujuan untuk memudahkan seseorang untuk mencari informasi mengenai aktivitas yang terjadi pada indiviu, perusahaan maupun pemerintah.

1. **Jurnal *Online* Sederhana atau Mikroblog *(Micro-Blogging)***

Hampir sama dengan jurnal online atau blog, mikroblog juga termasuk jenis media sosial yang mampu memberikan fasitas terhadap penggunanya untuk mempublikasikan aktivitas serta komentarnya. Namun dalam mikroblog ini mempunyai kebatasan dalam publikasi berupa teks yaitu hanya di batasi sebanyak 140 karakter.

Mikroblog memiliki kesamaan dengan media sosial yaitu dapat menjalin hubungan interaksi terhadap sesama pengguna mikroblog, biasanya mikroblog digunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi atau oleh selebriti yang mempublikasikan kegiatan sehari-harinya agar pengikutnya dapat mengetahui serta dengan menambahkan tagar agar dapat lebih mudah di cari.

1. **Media Berbagi *(Media Sharing)***

Media berbagi ini mampu memberikan fasilitas pada penggunanya untuk mempublikasikan berbagai bentuk seperti *video, audio*, gambar, dan sebagainya. Namun semua yang dipublikasikan itu disertai oleh teks untuk mempertegas semua hal yang telah di publikasikan oleh penggunanya. Media berbagi ini dapat menjadi pilihan dalam sebuah media hiburan, pembelajaran dan referensi lainnya secara gratis.

1. **Penanda Sosial *(Social Bookmarking)***

Penanda sosial adalah media yang bekerja untuk melakukan pengorganisaian, penyimpanan, pengelolaan, dan melakukan pencarian informasi secara *online.* Kemunculan situs Delicius (del.icio.us) yang menjadi istilah penanda sosial pada tahun 2003 ini mempopulerkan tagar sebagai penanda untuk memudahkan penggunanya dalam mencari informasi sesuai tagar tersebut atau dikatakan sebagai kata kunci. Namun informasi yang terdapat pada media sosial ini tidak sepenuhnya utuh, tetapi penanda sosial hanya sebagai pengantar saja untuk lebih memudahkan penggunanya yang nantinya akan dirahkan ke dalam web dimana sumber informasi itu berada.

1. **Media Konten Bersama *(Wiki)***

Media sosial wiki ini sangat banyak manfaat khususnya dalam dunia pembelajaran, sebab di dalam media sosial tersebut tersedia berbagai pengertian, sejarah hingga rujukan buku yang dibutuhkan oleh penggunanya. Istilah wiki berasal dari wikipedia yang populer sebagai media berbagai semua konten yang ada, menurut Gilmor yang dikutip dari definisi situs Whatis.com, menjelaskan bahwa:

Wiki merupakan media atau situs web yang secara program memungkinkan para penggunanya berkolaborasi untuk membagun konten secara bersama. Dengan wiki, setiap pengguna melalui perambah web biasa dapat menyunting sebuah konten yang telah terpublikasi, bahkan turut membantu konten yang sudah dikreasikan atau disunting oleh pengguna lain yang telah berkontribusi. (Gilmor,2004,h.32)

**2.1.2.2.4. Ciri-Ciri Media Sosial**

Media sosial menurut Gamble, Teri, dan Michael dalam bukunya *Communication Work* menjelaskan bahwa ciri media sosial adalah sebagai berikut:

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya satu orang saja, namun bisa keberbagai banyak orang contohnya melalui SMS ataupun internet.
2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui *gatekeeper*.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan media lain.
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. (Gamble, Teri, & Michael,2005,h.43)

**2.1.2.2.5. Pertumbuhan Media Sosial**

Dengan berkembangnya media sosial saat ini dapat menjadikan semua orang memiliki akun media sosial bahkan dapat membuat suatu media sendiri dengan konten yang pengguna inginkan, berbeda dengan media pada umumnya yang harus meminta izin kepada pemerintah untuk menerbitkan suatu media.

Bermedia menggunakan media sosial hanya dilakukan dengan sebuah internet dan alat yang mendukung, serta tidak harus adanya suatu karyawan. Karena seorang pengguna mampu bekerja sendiri menjalankan medianya, sebab mereka hanya bekerja mengedit, modifikasi, dan membagikan konten. Menurut Antony Mayfield dalam bukunya yang berjudul *What Is Social Media* , menjelaskan bahwa:

Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerja sama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa di akses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*. Media sosial juga kini menjadi sarana atau aktivitas *digital marketing*, seperti *Social Media Maintenance, Social Media Endorsement, dan Social Media Activication*. Oleh karena itu, media sosial kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh *Digital Agency* karena memiliki banyak manfaat. (Mayfield, 2008,h.6)

Hadirnya sosial media mampu memberikan manfaat yang berlimpah dalam kehidupan masyarakat saat ini, karena media sosial mampu mempermudah kita dalam segala hal dan dapat di akses dimanapun serta cepat.

**2.1.2.3. Instagram**

**2.1.2.3.1. Definisi Instagram**

Media sosial yang bernama instagram ini dijelaskan oleh Dwi Bambang Atmoko dalam bukunya yang berjudul Instagram *Handbook* Tips Fotografi Ponsel, menjelaskan bahwa sebagai berikut:

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinka pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. (Atmoko, 2012,h.4)

Instagram ini menjadi salah satu produk media sosial yang saat ini banyak digemari oleh berbagai kalangan khalayak, sebab penggunaan instagram ini dapat memberikan berbagai macam manfaat bagi penggunanya. Media sosial instagram diciptakan untuk lebih merealisasikan fungsi kamera yang ada di *handphone* para pengguna instagram, sebab saat ini kita hanya menggunakan kamera tersebut hanya untuk mendokumentasikan saja, namun di dalam instagram kita dapat membuat sebuah *story* yang menceritakan tentang kehidupan pengguna.

Instagram adalah aplikasi yang berhubungan dengan foto maupun video, saat ini instagram telah dimiliki oleh facebook yang dimana teman kita yang berada di facebook akan secara otomatis untuk mengikuti kita di instagram. Selain itu di dalam instagram kita dapat melakukan proses edit foto sebelum dipublikasikan ke dalam instagram.

Fitur yang tersedia di dalam istagram ini mirip dengan polaroid yang mampu memotong foto dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan pada kamera digital, Instagram saat ini dapat dengan mudah digunakan dalam *smartphone* maupun perangkat lain yang memiliki jaringan internet seperti laptop atau komputer.

Instagram dibentuk dari kata “insta” yang artinya “instan” dan hal itu sama dengan pengertian dari polaroid yang pada umumnya dikatakan sebagai “foto instans”, instagram juga mampu untuk menampilkan foto secara instans seperti polaroid. Sedangkan, dari kata “gram” yang artinya “telegram” ini mempunya arti bahwa telegram adalah penyampai pesan atau informasi kepada khalayak secara cepat, hal tersebut sama dengan instagram yang mampu mengirimkan foto atau *video* secara cepat kepada khalayak dengan di bantu oleh jaringan internet.

**2.1.2.3.2. Lambang Instagram**

Aplikasi yang saat ini dimiliki oleh facebook telah mengubah lambangnya dari bentuk *skeumorphic* ke bentuk *flat* seperti aplikasi lain, rancangan baru yang berbentuk *flat* saat ini mengambarkan latar belakang yang bergradasi dengan adanya perpaduan warna ungu, pink dan jingga. Berbeda dengan lambang sebelumnya yang berbentuk seperti kamera polaroid yang lengkap dengan lensa dan *viewfindernya.*

**Gambar 2.1**

**Lambang Instagram**

 

**Sumber: Internet**

Lambang baru instagram ini dapat mencerminkan dari semangat yang beragam, karena lambang tersebut dimaksud untuk membuat aplikasi lebih modern dan relevan dengan era sekarang yang kebanyakan pengguna menjepret menggunakan kamera *smartphone*. Dalam *FastCodeDesign* yang dikutip oleh Kompas Tekno bahwa Ian Spalter seorang kepala bagian desain instagram menjelaskan “Bentuknya lebih mirip dengan kamera yang di pakai orang-orang saat ini”.

Dengan begitu lambang instagram ini seolah-olah menjelaskan bahwa adanya suatu peralihan dari kamera digital ke *smartphone*. Lambang instagram terbaru ini diharapkan dapat lebih mudah ditemukan oleh pengguna *smartphone* di layar *homescreen*, selain mengubah lambang mereka juga mengubah tampilan antarmuka aplikasi utamanya menjadi sedikit berbeda. Seperti layar belakang filter yang saat ini sudah berubah menjadi warna putih, warna tersebut menggambarkan bahwa era konsumsi foto di era modern saat ini sudah terjadinya pergeseran.

**2.1.2.4. Fotografi**

**2.1.2.4.1. Definisi Fotografi**

Fotografi adalah kegiatan seni yang dilakukan melalui pantulan cahaya dengan bantuan kamera, proses pemantulah cahaya tersebut menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek yang sudah dipantulkan melalui cahaya. Jika dapat dikatakan bahwa untuk mengambil sebuah gambar kita harus berada pada ruanganyang memiliki cahaya meskipun itu minim cahaya, karena jika berada dalam ruang gelap atau tanpa ada cahaya maka proses pengambilan gambar tidak akan terjadi.

Sama halnya dengan definisi fotografi menurut Amir Hamzah Sulaeman yang dikutip dalam bukunya yang berjudul Buku Ilmu Dasar Fotografi, menjelaskan bahwa:

Fotografi berasal dari kata foto dan grafi yang masing-masing kata tersebut mempunyai arti sebagai berikut: foto artinya cahaya dan grafi artinya menulis jadi arti fotografi secara keseluruhan adalah menulis dengan bantuan cahaya, atau lebih dikenal dengan menggambar dengan bantuan cahaya. (Hamzah,1981,h.94)

Karya fotografi bisa didasarkan untuk berbagai kepentingan seperti menjadi media informasi dan sebagai berekpresi, oleh sebab itu dunia fotografi dapat membagikan informasi dengan jarak yang begitu jauh dan di abadikannya. Mengabadikan suatu *moment* atau objek adalah kegiatan fotografi yang termasuk kedalam kategori dokumenter, sebab seorang dokumentar akan me-*review* ulang hasil foto nya jaman dulu di jaman sekarang untuk mengenang suatu kejadian. Dalam setiap melakukan kegiatan fotografi pastinya akan terpikirkan untuk menyusun konsep dan ide yang akan dikeluarkan agar dapat berkembang menjadi hasil yang bernilai di mata orang lain.

Fotografi dapat dikategorikan menjadi sebuah teknik dan seni. Menurut Gani dan Kusuma Lestari dalam bukunya yang berjudul Jurnalistik Foto Suatu Pengantar,menjelaskan bahwa :

Fotografi sebagai teknik adalah mengetahui cara-cara memotret dengan benar, mengetahui cara-cara mengatur pencahayaan, mengetahui cara-cara pengolahan gambar yang benar, dan semua yang berkaitan dengan fotografi sendiri. Sedangkan fotografi sebagai karya seni mengandung nilai estetika yang mencerminkan pikiran dan perasaan dari fotografer yang ingin menyampaikan pesannya melalui gambar/foto. Fotografi tidak bisa didasarkan pada berbagai teori tentang bagaimana memotret saja karena akan 9 menghasilkan gambar yang sangat kaku, membosankan dan tidak memiliki rasa. Fotografi harus disertai dengan seni. (Gani&Lestari,2010,h.4)

Pada dasarnya fotografi adalah alat komunikasi yang masuk ke dalam dunia visual efektif sehingga dapat lebih menggambarkan informasi secara kongkrit dan akurat, komunikasi tersebut terjalin dengan seorang fotografer sebagai pengantar dokumentasi suatu peristiwa untuk disajikan kehadapan khalayak.

**2.1.2.4.2. Fotografi sebagai medium**

**1) Fotografi Sebagai Media Informasi**

Sebagai media informasi yang mampu mengambil gambar atau foto dengan segala bentuk dari setiap kehidupan yang ada di dunia beserta keindahan pemandangannya yang mampu dihentikan dalam sebuah foto dan dijadikan sebuah dokumentasi yang abadi, serta yang nantinya dapat dilihat oleh generasi berikutnya. Hubungan sebuah fotografi dengan media informasi tentunya berhubungan dengan dunia jurnalistik yang menyampaikan informasi melalui gambar atau foto yang disertai dengan teks. Dalam bukunya, Gani & Kusumalestari (2014:6) mengatakan: Rasanya tidak akan pernah ada media massa cetak (surat kabar, tabloid, dan majalah) di negeri ini yang tidak menyertakan gambar atau foto dalam setiap terbitannya.

Gambar atau foto menjadi daya tarik dalam penyampaian informasi, sebab mampu melengkapi isi teks yang tidak bisa diceritakan dalam suatu kalimat. Bahwa secara umum foto jurnalistik atau foto untuk penyampaian informasi adalah sebuah gambar yang sangat menarik di dalam sebuah kejadian yang mampu mempresentasikan kejadian yang terdapat dalam berita.

**2) Fotografi Sebagai Media Berekpresi**

Sebagai media ekspresi foto adalah penciptaan seni pada diri sendiri yang timbul atas suatu perasaan. Calne (2004:285) mengutip Joseph Machlis bahwa: Seni itu seperti cinta yang lebih mudah untuk didalami daripada diberi suatu definisi. Media ini diolah dari karya yang begi indah sehingga menimbulkan ciri pokok dalam keutuhan bentuknya, karya seni itu mempunyai daya tarik dalam akal-budi, merangsang emosi, menggetarkan daya khayal, dan mempertajam indera. Fotografi dapat dikatakan sebagai pengganti dalam media lama seperti lukisan, sebab dengan berkembangnya teknologi saat ini kita mampu untuk melukiskan segala hal dalam bentuk foto.

**1.4.2.4.3. Klasifikasi Fotografi**

Sebenarnya dalam dunia fotografi hanya terdapat pengklasifikasian yang bersifat umum di mata para fotografer, yaitu sebagai berikut:

1. Jenis fotografi: *Macro, Potrait, food, Landscape, Aerial, Under Water Photography*
2. Aktivitas foto manusia: *Wedding, Prewedding, Street, Human Interest, Event, dan Sport Photography*
3. Fotografi ilmu pengetahuan: *Medical Photography*
4. Konsep fotografi: *Casual, Art ,Beauty, dan Miniature Photography*
5. Teknik fotografi: *Depth of field, Panning, Rule of third, Slow and stop action, Zomming, dan Bulb.*
6. *Angle* fotografi: *High Angle, Eye Level, Low Angle, Bird Eye, Fog Eye*

Selain itu terdapat juga faktor yang mampu membuat hasil foto menjadi lebih baik dan indah untuk di pandang, yaitu sebagai berikut:

1. Objek

Objek adalah peranan yang sangat penting dalam penggambilan suatu foto, sebab jika dalam objek manusia itu menggunakan konsep ceria atau berwarna namun ekspresi dalam objek tersebut tidak mampu menggambarkannya maka hasil dari foto tersebut kurang menjadi lebih hidup. Sama hal nya dengan pengambilan objek *landscape* atau pemandangan.

1. Cahaya

Dalam pengambilan cahaya tentunya harus sesuai dengan konsep yang ditentukan terlebih dahulu, namun dalam mengabadikan suatu foto seharusnya terdapat sedikit cahaya untuk menghasilkan titik fokus pada objek.

1. Warna

Warna dalam fotografi sebetulnya digunakan dalam kebutuhannya masing-masing, sebab jika hasil suatu foto itu hanya digunakan untuk kepentingan komersil maka pengubahan warna dalam foto tidak boleh berlebihan. Sedangkan jika suatu foto itu digunakan hanya untuk dokumentasi saja maka dapat melakukan manipulasi foto dengan sekreatif mungkin.

1. Fokus/Ketajaman

Titik fokus atau ketajaman dalam foto dapat di atur menggunakan *manual focus* atau *auto focus*, jika seorang fotografer masih belum bisa menggunakan kamera secara stabil biasanya selalu digunakan mode *auto focus*, namun mode *auto focus* dapat mempercepat habisnya baterai kamera.

1. Komposisi

Komposisi di dalam foto biasanya di atur oleh segitiga *exposure triangle* yaitu yang terdiri ISO, *Aperture, Shutter Speed*. ISO adalah ukuran tingkat sensor dalam menerima suatu cahaya yang masuk ke dalam kamera, *Aperture* adalah bukaan lensa atau yang sering disebut diafragrma dalam lensa, dan *Shutter Speed* adalah ukuran kecepatan untuk jendela sensor dalam menangkap objek foto.

1. Sudut pandang

Sudut pandang adalah bagaimana seorang fotografer dalam mengambil objek foto yang menarik, keahlian ini biasanya dimiliki oleh fotografer profesional yang selalu menciptakan sudut pandang baru dengan kreatifitasnya sendiri.

**2.1.3. Kerangka Teoretis**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori menurut Richard Daft dan Robert Lengel dalam artikelnya tentang *Medium Richness Theory*, saat ini teori tersebut sangat berpengaruh pada media baru. Media baru lebih mampu untuk memudahkan pengguna untuk berkomunikasi secara cepat serta lebih baik dengan pengguna lainnya yang menggunakan media sosial, sebab informasi yang disampaikan bersifat virtual dan mudah didapatkan saat pengguna berada dimana pun, berbeda dengan sebelum adanya media baru yang masih menggunakan memo sebagai media informasi.

Oleh karena itu menurut teori MRT (*Medium Richness Theory*) pengguna media adalah media yang sangat mudah dalam penggunaanya dan mampu menghasilkan hasil kinerja yang lebih cepat dan baik pada tugas yang memiliki banyak informasi-informasi penting. Jadi MRT dapat membantu penggunanya dalam pengerjaan sesuatu dan mengurangi waktu kerja sebelumnya yang dilakukan secara manual yaitu dengan cara di tulis.

Kinerja dalam teori MRT ini didefinisikan lebih baik, efektif, pengurangan waktu, efisien, dan terjalin suatu kebersamaan tehadap sesama pengguna media sosial. Teori ini juga mendiskusikan kondisi tentang penyebab dari media yang lebih efektif digunakan, bukan bagaimana seorang pengguna untuk memilih suatu media untuk digunakan.

Selanjutnya secara definisi sosial di dalam media sosial dijelaskan berdasarkan teori yang mendekati dalam ranah sosiologi, menurut Christian Fuchs dalam bukunya yang berjudul *Social Media A Critical Introduction*, menjelaskan bahwa:

Terdapat beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran. Ada pertanyaan dasar, seperti apakah individu itu adalah manusia yang selalu berkarakter sosial atau individu itu baru dikatakan sosial ketika secara sadar melakukan interaksi. Bahkan dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek masyarakat yang di representasikan dalam bentuk perangkat tekologi yang digunakan. (Fuchs,2014,h.5)

Kolaborasi dan kerjasama juga menjadikan suatu fokus perhatian ketika melakukan pembahasan tentang sosial di dalam media sosial, Secara teori saat membahas tentang kata sosial yang dijelaskan oleh (Fuchs,2014,h.5) tentang “Adanya kepahaman bahwa individu-individu yang ada di dalam komunitas itu tidak hanya berada dalam sebuah lingkungan. Anggota komunitas harus mampu berkolaborasi hingga menghasilkan kerjasama, karena inilah karakter dari sosial itu sendiri.” Namun menurut Duekheim (1982) dalam buku Christian Fuchs yang berjudul *Social Media A Critical Introduction* (2014,h.38) mempertegaskan bahwa “pada kenyataan media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari media sosial”. Selain itu ada juga penjelasan menurut Weber (1978) dalam buku Christian Fuchs yang berjudul *Social Media A Critical Introduction* menjelaskan bahwa:

Kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa di lihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social relations*). Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual. (Fuchs,2014,h.39)

Harus adanya suatu pendekatan dari teori sosial untuk melakukan penjelasan secara mendalam tentang membedakan antara media sosial dengan media sosial lainnya yang berada di internet. Untuk lebih memperjelas Fuchs mengawalinya dengan suatu perkembangan web 2.0 yang telah dipopulerkan oleh O’Reilly (2005). Harus adanya simbol yang memiliki suatu makna di dalam setiap individu yang menggunakan media sosial untuk menjadi seorang pemeran . Menurut Tonnies dalam buku Christian Fuchs yang berjudul *Social Media A Critical Introduction,* mengatakan bahwa:

Sosial merujuk pada komunitas, menurutnya eksistensi dalam komunitas merujuk pada kesadaran dari anggota komunitas itu bahwa mereka saling memiliki dan informasi dari kondisi tersebut adalah kebersamaan yang saling bergantung antara satu sama lainnya. (Fuchs,2014,h.40)

Web menjadi sebagai *platfrom* atau program yang bisa dikembangkan kembali sampai kepada pengguna dalam jaringan dan alur yang sangat penting. Sistem yang terjadi dalam web ada sebuah sistem hubungan antarpengguna yang bekerja berdasarkan teknologi komputer yang saling menghubungkan satu sama lainnya. Keterhubungan yang terjadi tersebut layaknya seperti di dalam kehidupan masyarakat yang terbentuk oleh tatanan nilai, sturtur dan realitas sosial yang hidup di lingkungan masyarakat.

Teori ini berpendapat bahwa media bervariasi dalam kekayaan sebuah informasi, yang mampu mendefinisikan bahwa media mampu untuk menginterval pemahaman waktu. *Media Richness Theory* memperjelas tentang teorinya yang terbagi menjadi empat faktor yang mampu mempengaruhi kekayaan tentang media, diantaranya:

1. Kemampuan media dalam mentransmisikan berbagai macam petunjuk seperti verbal dan non verbal.
2. Variasi bahasa misalnya kata, matematika, seni dan lainnya.
3. Kecepatan sebuah tanggapan media dalam menerima dan merespon pesan yang sudah diterima.
4. Fokus personal dari media untuk mengoperasikan pesan kepada komunikan.

**2.2. Kerangka Pemikiran**

Pemahaman yang melandasi dari pemahaman-pemahaman lainnya untuk dijadikan suatu pondasi dalam setiap pemikiran atau dalam suatu bentuk proses dari penelitian yang dilakukan saat ini, kerangka pemkiran juga digunakan sebagai tempat untuk menjelaskan teori yang akan digunakan dalam penelitian. Fotografi sudah semakin berkembang dalam menurut kegunaannya karena mampu dapat meningkatkan eksistensi seseorang dan lokasi dalam suatu foto yang indah.

Referensi fotografi yang dilakukan dalam akun instagram kelasgarasi ini membuat fotografer yang berada dalam ruang lingkup komunitas *let’s hunting photography* menjadi semakin meningkat dalam kualitas foto dan kreatifitas dalam mengabadikan foto, akun instagram kelasgarasi membantu dalam pengembangan kreatifitas fotografi dengan menggunakan teknik baru yang menghasilkan foto indah.

Setiap anggota komunitas *let’s hunting photography* memiliki motif tersendiri dalam menggunakan akun instagram kelasgarasi tersebut sebagai referensi fotografi di dalam media sosial, salah satunya untuk mengetahui bagaimana cara menghasilkan foto yang bercerita dan indah maupun layak dipajangkan. Dalam penelitian ini juga tertuju pada peran akun instagram kelasgarasi dalam memberikan referensi fotografi, sebab pemilik dari akun kelasgarasi yaitu terkumpul dari *photographer profesional* yang sudah memiliki banyak pengalaman berdasarkan fokus fotonya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap fotografer yang ingin melakukan hunting, pasti sebelumnya akan mencari referensi lokasi, objek, dan teknik fotografi yang akan digunakan. Referensi tersebut dilakukan dalam media sosial, sebab hampir setiap ada postingan terbaru dari akun instagram kelasgarasi para anggota komunitas pun terus ingin mencoba teknik terbaru.

Tidak hanya di dalam akun instagram kelasgarasi saja fotografer mencari referensi, namun saat ini baru akun kelasgarasi yang mampu menjelaskan fotografi secara rinci dan mudah dimengerti. Peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana hubungan yang terjalin dalam anggota komunitas *let’s hunting* dengan pemilik akun instagram kelasgarasi, oleh sebab itu peneliti memutuskan untuk menggunakan teori *Media Richness Theory* menurut Richard Daft dan Robert Lengel.

*Media Richness Theory* menjelaskan bahwa manajer meningkatkan performanya dengan menyesuaikan karakteristik media ke karakteristik tugas, karena media yang memiliki banyak fungsi maka akan lebih cepat dalam membantu kinerja dari sebuah pekerjaan penggunanya. Dari teori ini peneliti akan mencari informasi khususnya dari komunitas *let’s hunting photography* untuk mengetahui seberapa penting peran akun instagram kelasgarasi dalam fotografi, dan mengetahui motif dari komunitas *let’s hunting photography* dalam pemanfaatan akun kelasgarasi sebagai referensi fotografi mereka, serta hubungan yang dilakukan antara akun instagram kelasgarasi dengan komunitas *let’s hunting photography.* Penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran, berdasarkan modifikasi dari peneliti dan pembimbing sebagai berikut:

**Gambar 2.2**

**Kerangka Pemikiran**

Penggunaan Akun Instagram “Kelasgarasi” Sebagai Referensi Fotografi di Media Sosial

Motif

Medium Richness Theory

Richard Daft dan Robert Lengel (1986)

Relasi Sosial

Peran

Bagaimana relasi sosial bersama admin akun instagram “kelasgarasi” maupun dengan anggota komunitas *let,s hunting photography*?

Bagaimana motif komunitas *let’s hunting photograhy* dalam penggunaan akun instagram “kelasgarasi” sebagai referensi fotografi di media sosial?

Apa peran akun instagram “kelasgarasi” sebagai referensi fotografi di media sosial?

**(Sumber: Modifikasi Peneliti dan Pembimbing, 2020)**