

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan teknologi dan arus informasi membuat masyarakat Indonesia lebih terbuka terhadap pengetahuan global dan pengetahuan akan arus informasi yang diperoleh. Manusia lebih sering berkomunikasi melalui media internet karena kemudahan yang didapatkan, seperti mudahnya berkomunikasi dan berinteraksi tanpa batas, mudah diakses di mana saja, dapat mengakses apa saja yang diinginkan. Bentuk dari perkembangan teknologi dan arus informasi adalah mudahnya setiap individu dalam mencari informasi yang ada dari seluruh dunia. Salah satu informasi yang sedang panas dan banyak dibicarakan diseluruh dunia adalah pandemi virus Covid-19 yang terus menyebar luas diseluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia.

Pandemi Covid-19 di Indonesia merupakan bagian dari pandemi penyakit koronavirus 2019 (Covid-19) yang sedang berlangsung diseluruh dunia. Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus sindrom pernapasan akut berat 2 (SARS-CoV-2). Kasus positif Covid-19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada tanggal 2 Maret 2020, ketika dua orang terkonfirmasi tertular dari seorang warga negara Jepang. Hingga saat ini 11 Maret 2021 angka kasus Covid-19 yang terjadi di Indonesia telah mencapai positif 1.403.722, sembuh 1.224.603, dan meninggal 38.049.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <https://covid19.go.id/>. Diakses pada 11 Maret 2021.

Banyak dampak yang terjadi akibat pandemi Covid-19 di Indonesia. Dampak dari Covid-19 tersebut diantaranya, tingginya angka kematian tenaga medis, pembelajaran jarak jauh, kelangkaan masker medis, kelangkaan hand sanitizer, banyaknya phk yang terjadi, serta dibatasinya setiap kegiatan masyarakat. Dampak pandemi Covid-19 tidak hanya melanda satu daerah saja tetapi melanda hampir disetiap daerah yang ada di Indonesia. Salah satu daerah yang terdampak Covid-19 adalah Kota Kediri.

Sama seperti yang terjadi di daerah lain, di Kota Kediri juga mengalami kelangkaan masker dan hand sanitizer. Menyikapi permasalahan kelangkaan masker, Pemerintah Kota Kediri melalui Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Kediri bersama dengan Kapolres Kediri Kota AKBP Miko Indrayana melakukan sidak pada 4 Maret 2020 diberbagai tempat perbelanjaan yang ada di Kota Kediri. Dari sidak yang dilakukan didapati bahwa stok masker terjadi kelangkaan dibeberapa tempat perbelanjaan.<sup>2</sup> Selanjutnya sidak mengenai kelangkaan hand sanitizer juga dilakukan oleh Kapolres Kediri Kota AKBP Miko Indrayana pada 18 Maret 2020 dengan hasil didapati kelangkaan hand sanitizer juga terjadi dibeberapa tempat perbelanjaan, hal ini dikarenakan belum adanya pendistribusian dari distributor yang ada di Kota Kediri.<sup>3</sup>

Langkah yang diambil oleh Pemerintah Kota Kediri pada saat terjadi kelangkaan masker adalah dengan mengalihkan penggunaan masker medis ke

---

<sup>2</sup> <https://www.kedirikota.go.id/p/dalamberita/4963/masker-langka-kepolisian-dan-pemerintah-kota-kediri-gelar-sidak>. Diakses pada 6 Maret 2021.

<sup>3</sup> <https://jybmedia.com/2020/03/18/kelangkaan-masker-dan-handsanitizer-masih-terjadi-polresta-kediri-bereaksi/>. Diakses pada 6 Maret 2021.

masker kain tenun ikat dari pengrajin yang ada di Kota Kediri. Pengalihan dari masker medis ke masker kain tenun dimaksudkan agar penggunaan masker medis difokuskan untuk para tenaga medis. Selain itu, pengalihan masker medis ke masker kain tenun juga dimaksudkan untuk menggerakkan sektor ekonomi agar pengrajin kain tenun ikat dapat terus berproduksi dan kreatif. Selain itu, untuk mengatasi kelangkaan hand sanitizer, upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri adalah dengan membuat banyak tempat cuci tangan yang terdapat hampir di setiap sudut Kota Kediri.

Kasus positif Covid-19 di Kota Kediri pertama kali terdeteksi pada 28 Maret 2020 yang diumumkan langsung oleh Wali Kota Kediri melalui postingannya. Setelah diumumkannya kasus positif Covid-19 pertama di Kota Kediri membuat Pemerintah Kota Kediri bergerak cepat guna meminimalisir penyebaran Covid-19 di Kota Kediri. Wali Kota Kediri menghimbau untuk selalu menerapkan protokol kesehatan seperti menggunakan masker, mencuci tangan, dan menjauhi kerumunan. Selain himbauan, Pemerintah Kota Kediri juga membagikan masker kain tenun secara berkala kepada masyarakat.

Dikarenakan masa pandemi Covid-19, setiap kegiatan yang mulanya berlangsung secara normal sekarang menjadi sedikit terbatas. Pembatasan kegiatan membuat masyarakat Kota Kediri mengeluhkan pendapatannya yang menurun dibandingkan sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Guna menyikapi hal tersebut, Pemerintah Kota Kediri melalui Dinas Sosial meluncurkan program kartu sahabat pada 24 April 2020. Dimana dari kartu sahabat yang dikeluarkan oleh Dinas Sosial Kota Kediri, masyarakat Kota

Kediri menerima uang tunai sebesar Rp. 200. 000, beras sebanyak 10 kg, dan dua buah masker per bulan selama tiga bulan.

Selain kartu sahabat, upaya lain yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri adalah dengan menggelar ekspo UMKM secara virtual pada 3 Agustus 2020. Melalui Dinas Koperasi dan UMTK serta Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Kediri yang bekerja sama dengan Bank Indonesia, ekspo UMKM yang diadakan mendapatkan penghargaan dari MURI. Penghargaan didapatkan karena peserta UMKM yang mengikuti ekspo mencatatkan rekor sebagai ekspo UMKM virtual dengan peserta terbanyak dengan jumlah peserta sebanyak 450 UMKM. Selain dengan Bank Indonesia, ekspo UMKM virtual juga bekerja sama dengan KADIN atau Kamar Dagang dan Industri Indonesia.

Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri untuk memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat adalah dengan memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana untuk menyampaikan informasi berupa program-program yang diberikan Pemerintah Kota Kediri mengenai penanganan Covid-19. Instagram dipilih karena dari seluruh media sosial yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Kediri, instagram memiliki jangkauan dan *followers* yang lebih banyak dibanding dengan media sosial lain yang dikelola oleh Pemerintah Kota Kediri. Terdapat dua akun media sosial instragram yang digunakan oleh Pemerintah Kota Kediri, yaitu

instagram @pemkotkediri dan instagram @hamonikediri. Kedua akun instagram tersebut memiliki perbedaan pada sosok yang dipublikasikan.

Instagram @pemkotkediri merupakan akun resmi Pemerintah Kota Kediri yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Kediri yang mempunyai pengikut 54,8 ribu, mengikuti 123, dan postingan 2.779.<sup>4</sup> Instagram @pemkotkediri digunakan sebagai media publikasi yang mencakup seluruh kegiatan yang ada di Kota Kediri mulai dari Sekretaris Daerah Kota Kediri dan dina-dinas lain di lingkungan Pemerintah Kota Kediri. Seperti pada kasus sidak masker yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Kediri yang kemudian dari hasil sidak tersebut Pemerintah Kota Kediri membuat kebijakan penggunaan masker kain tenun yang kemudian dipublikasikan melalui instagram @pemkotkediri. Hal yang sama juga berlaku pada pembagian kartu sahabat melalui Dinas Sosial Kota Kediri dan UMKM Virtual yang juga dipublikasikan pada instagram @pemkotkediri.

Selain digunakan sebagai media publikasi mengenai penanganan Covid-19 yang terjadi di Kota Kediri, instagram @pemkotkediri juga digunakan untuk mengklarifikasi berita hoaks yang terjadi terutama dalam masa pandemi Covid-19. Maraknya berita hoaks membuat masyarakat menjadi panik dan bertanya-tanya terlebih dimasa pandemi Covid-19. Penyebaran berita hoaks sempat terjadi di Kota Kediri mengenai penutupan

---

<sup>4</sup> <https://www.instagram.com/pemkotkediri/>. Diakses pada 12 Maret 2021.

pasar tradisional yang terjadi pada 21 Maret 2020. Selain itu, berita hoaks mengenai digunakannya GOR Jayabaya Kota Kediri sebagai tempat isolasi pasien positif Covid-19 yang terjadi pada 28 Desember 2020 juga diklarifikasi oleh Pemerintah Kota Kediri melalui postingan di instagram @pemkotkediri pada 28 Desember 2020.

Nantinya dengan melihat, mengikuti, dan memantau setiap informasi yang diunggah di instagram @pemkotkediri warganet bisa mendapatkan informasi yang terpercaya agar tidak termakan hoaks atau berita bohong. Selain itu, warganet juga dapat melihat perkembangan kasus Covid-19 yang terjadi di Kota Kediri dan upaya penanganan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri pada instagram @pemkotkediri. Pemanfaatan media sosial instagram @pemkotkediri sangat penting untuk membentuk persepsi warganet terhadap citra Pemerintah Kota Kediri. Pemberitaan secara berkelanjutan melalui instagram @pemkotkediri akan kebijakan dan langkah yang diambil oleh Pemerintah di masa pandemi Covid-19, nantinya warganet diharapkan dapat menilai dan mengawasi setiap kebijakan atau tindakan yang diambil oleh Pemerintah Kota Kediri dalam menangani Covid-19 melalui postingan-postingannya. Berdasarkan konteks penelitian tersebut, peneliti tertarik menggali persepsi warganet terhadap citra Pemerintah Kota Kediri dengan melakukan penelitian dengan judul “Persepsi Warganet Tentang Citra Pemerintah Kota Kediri Pada Akun Instagram @pemkotkediri di Masa Pandemi Covid-19”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian konteks penelitian tersebut, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi warganet tentang citra Pemerintah Kota Kediri pada akun instagram @pemkotkediri di masa pandemi Covid-19?
2. Apa saja faktor yang memengaruhi persepsi warganet tentang citra Pemerintah Kota Kediri pada akun instagram @pemkotkediri di masa pandemi Covid-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang telah disebutkan, adapun tujuannya adalah:

1. Mengetahui persepsi warganet tentang citra Pemerintah Kota Kediri pada akun instagram @pemkotkediri di masa pandemi Covid-19
2. Mengetahui faktor yang memengaruhi persepsi warganet tentang citra Pemerintah Kota Kediri pada akun instagram @pemkotkediri di masa pandemi Covid-19

## **D. Manfaat Penelitian**

Setelah dikemukakan tujuan penelitian di atas maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapan dapat berguna bagi IAIN Kediri terutama pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang mampu memperkaya khazanah keilmuan dan memahami tentang ilmu komunikasi.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah bahan rujukan maupun acuan bagi penelitian sejenis atau penelitian selanjutnya.

### b. Bagi Penulis

Dengan bekal ilmu yang diperoleh di bangku kuliah, peneliti ingin menyumbangkan dan memperluas pengetahuan yang telah diperoleh, digunakan secara nyata untuk di terapkan pada masyarakat.

## E. Telaah Pustaka

Sebelum peneliti melakukan penelitian, penulis mencari sumber-sumber pustaka yang hampir sama penelitiannya dengan apa yang akan diteliti. Ada beberapa penelitian yang menjadi pertimbangan penelitian ini kenapa dilakukan, yakni :

1. Jurnal yang ditulis oleh Vania Avissa Wardani Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau tahun 2015 dalam jurnal FISIP Volume 2 No. 1 dengan judul “Persepsi Masyarakat terhadap Citra Polisi Lalu Lintas di Polsek Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap citra polisi lalu lintas di Polsek Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dan untuk mengetahui faktor apa saja yang membentuk persepsi masyarakat terhadap citra polisi lalu lintas di Polsek Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan



menggunakan teknik observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa itu disegel untuk eksploitasi suap di penangkapan banyak kendaraan ternyata terjadi. Sehingga persepsi masyarakat terhadap citra sipir lalu lintas menjadi hal yang negatif, apalagi beberapa orang yang perseptif dalam pemikiran positif.

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang ditulis oleh Vania Avissa Wardani adalah dari jenis penelitian, tempat penelitian dan subyek penelitiannya. Sedangkan untuk persamaannya adalah dari teknik pengumpulan data yang digunakan, yakni observasi dan wawancara. Selain itu, persamaan lainnya ada pada landasan teori yang membahas tentang persepsi, citra, dan masyarakat.

2. Jurnal yang ditulis oleh Cindy Putri Puspitasari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta 2016 dengan judul “Strategi City Branding Kota Surakarta Melalui Instagram @agendasolo”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi city branding Kota Surakarta melalui instagram @agendasolo. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik wawancara yang dilakukan dengan wawancara mendalam (indepth interview) dan obeservasi serta dokumentasi pada akun instagram @agendasolo. Hasil penelitian yakni strategi city branding Kota Surakarta sesuai dengan empat langkah strategi city branding yaitu identity, objective, communication, coherence. “Solo

The Spirit Of Java” merupakan tagline yang mencerminkan identitas Kota Surakarta dan masih diterapkan hingga saat ini. Sedangkan untuk media promosinya, akun media sosial komunitas lebih berkontribusi dalam proses city branding dibandingkan dengan akun resmi pemerintah, salah satunya akun instagram @agendasolo.

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang ditulis oleh Cindy Putri Puspit adalah dari tempat penelitian dan subyek penelitian. Untuk persamaannya adalah dari metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini nantinya peneliti ingin menunjukkan bahwa sebuah akun resmi pemerintah dapat berperan dalam membranding sebuah kota.

3. Jurnal yang ditulis oleh Rangga Putera Perdana, Maylanny Christin, dan Ruth Mei Ulina Malau Universitas Telkom 2016 dalam Jurnal Kajian Komunikasi, Volume 4, No. 2 dengan judul “Citra Kawasan Strategis Nasional Cekungan Bandung Melalui Instagram Pada Pengguna Hastag #Eksplorablebandung”.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan citra KSN Cekungan Bandung dari sisi pengguna hashtag #explorebandung, dengan menggunakan ragam informan, baik itu warga asli Bandung ataupun wisatawan yang berkunjung ke Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif menggunakan teknik purposive sampling. Jenis data yang digunakan

adalah data primer melalui wawancara mendalam dan observasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra KSN Cekungan Bandung dilihat dari sudut pandang pengguna hashtag #explorebandung ialah bagus dan positif. Selain itu, bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pengguna hashtag #explorebandung dalam keterkaitannya akan citra KSN Cekungan Bandung adalah dengan mengikuti kegiatan Worldwide Instameet (WWIM) yang diselenggarakan oleh komunitas Explorebandung.

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang ditulis oleh Rangga Putera Perdana adalah dari tempat penelitian dan subyek penelitian. Untuk persamaannya adalah dari metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

4. Jurnal yang ditulis oleh Nur Ikhwan Kurnia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman tahun 2017 dalam eJournal Ilmu Pemerintahan, Volume 5, Nomor 1 dengan judul “Persepsi Masyarakat Kota Samarinda Tentang Rencana Pembangunan Hotel Di Kawasan Islamic Center Provinsi Kalimantan Timur”.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan persepsi masyarakat tentang rencana pembangunan hotel di kawasan Islamic Center Provinsi Kalimantan Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembangunan hotel di kawasan Islamic Center mendapat respon

penolakan dari mayoritas masyarakat, hal ini dikarenakan perhatian masyarakat lebih mengarah pada dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari pembangunan hotel. Penelusuran secara lebih spesifik menunjukkan bahwa pembangunan hotel dapat memberikan dampak positif bagi keberadaan Islamic Center dan kehidupan sosial masyarakat, dan untuk dampak negatif pembangunan hotel relatif dapat diatasi. Saran yang dapat direkomendasikan adalah menyelaraskan konsep pembangunan hotel dengan kondisi Islamic Center, menerapkan konsep hotel syariah tipe terbaik dalam kegiatan pengelolaan hotel dan mengenalkan konsep hotel syariah kepada masyarakat.

Metode penelitian ini termasuk metode kualitatif. Teknik pengumpulan data sendiri melalui library research (penelitian kepustakaan) dan field word research. Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer yang diperoleh melalui narasumber yang dilakukan dengan teknik observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi serta data sekunder yang diperoleh dari survei institusional atau tidak langsung dari sumbernya berupa dokumen-dokumen, buku-buku, artikel, dan hasil penelitian yang berwujud laporan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan berisi informasi penting untuk mendukung penelitian.

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang ditulis oleh Nur Ikhwan Kurnia adalah dari tempat dan subyek penelitiannya. Sedangkan untuk persamaannya adalah dari metode

penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data yang menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

5. Jurnal yang ditulis oleh Doni Satria dan Dr. Amsal Amri, M.Pd Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Syiah Kuala tahun 2019 dalam Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Volume 4, Nomor 3 dengan judul “Persepsi Masyarakat Terhadap Kepemimpinan Keuchik Di Desa Siti Ambia Kecamatan Singkil Kabupaten Aceh Singkil”.

Untuk mengetahui Gaya kepemimpinan Keuchik Gampong Siti Ambia Kecamatan Singkil dalam masa kepemimpinannya dan untuk mengetahui Persepsi masyarakat terhadap kepemimpinan Keuchik di Gampong Siti Ambia dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, observasi, wawancara dan dokumentasi.

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang ditulis oleh Doni Satria dan Dr. Amsal Amri, M.Pd adalah dari tempat penelitian dan subyek penelitiannya, sedangkan untuk persamaannya adalah jenis penelitian yang digunakan dan teknik pengumpulan data yang

digunakan, yakni jenis penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.

6. Skripsi yang ditulis oleh MHD. Wahyu Efendi Program Studi Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosiasal dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Medan 2018 dengan judul “Persepsi Masyarakat Tentang Citra Pemerintahan Kota Medan Melalui Akun Media Sosial Instagram (Study Deskriptif Kualitatif Pada Masyarakat Kota Medan Yang Mengikuti Akun Media Sosial *Instagram @humas\_pemkomedan*”.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang citra Pemerintah Kota Medan melalui akun media sosial Instagram. Teori yang dipakai dalam penelitian ini antara lain adalah uraian teoritis tentang komunikasi, persepsi, masyarakat, citra, media sosial, Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan skripsi terdahulu yang ditulis oleh Wahyu Efendi adalah dari tempat penelitian dan subyek penelitian. Untuk persamaannya adalah dari teori yang digunakan dan metode pengumpulan data yang digunakan.

7. Skripsi yang ditulis oleh Istikomatulaeli Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2018 dengan judul “Proses Persepsi Sosial Media Di Media Sosial *Instagram* (Study Kasus Pada Mahasiswa IPS UIN Syarif

Hidayatullah Jakarta). Penelitian ini membahas tentang persepsi sosial mahasiswa di Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses terbentuknya persepsi sosial mahasiswa pada saat menggunakan Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dimana sesungguhnya objek ilmu itu tidak terbatas pada hal-hal yang empiris (terindra), tetapi juga mencakup fenomena yang berada di luar itu, seperti persepsi, pemikiran, kemauan dan keyakinan subjek tentang “sesuatu” diluar dirinya. Pengumpulan data utama di dapat dari mewawancarai lima mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Perbedaan penelitian yang peneliti lakukan dengan skripsi yang ditulis oleh Istikomatulaeli Jurusan Pendidikan adalah dari tempat penelitian, subyek penelitian, dan pendekatan yang digunakan. Sedangkan untuk persamaanya adalah dari jenis penelitian yang digunakan dan metode pengumpulan data yang digunakan

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Persepsi

##### 1. Pengertian Persepsi

Persepsi secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *perception*: dari *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi (*perception*) dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Menurut Rahmat, persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpan informasi dan menafsirkan pesan serta memberikan makna pada stimuli inderawi (*sensory stimuli*).<sup>5</sup> Selain definisi persepsi secara etimologis di atas, maka untuk lebih memahami tentang persepsi, berikut adalah beberapa definisi dari pakar yang diambil peneliti dalam buku “Ilmu komunikasi suatu pengantar” Karya Deddy Mulyana:

a. John R. Weburg dan William W. Wilmot

Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organisme memberi makna.

---

<sup>5</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994), 51.



b. Rudolph F. Verderber

Persepsi adalah proses menafsirkan informasi inderawi.

c. J. Cohen

Persepsi didefinisikan sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal, persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana.

d. Brian Fellows

Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi.

e. Philip Goodarce dan Jinnifer Folloers

Persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan.

f. Joseph A. De Vito

Persepsi adalah proses dimana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang memengaruhi perilaku kita.

g. Rober A. Baron dan Paul B. Paulus

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut memengaruhi perilaku kita.<sup>6</sup>

## 2. Proses Persepsi

Proses persepsi Deddy Mulyana dalam bukunya ilmu komunikasi suatu pengantar juga ada tiga tahapan dalam proses persepsi yaitu:

---

<sup>6</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdaskarya, 2000), 167-169.

a. Sensasi

Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, penciuman, sentuhan, dan pengecapan. Reseptor indrawi adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar.

b. Atensi

Atensi tidak terelakkan lagi karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan tersebut.

c. Interpretasi

Interpretasi merupakan tahapan terpenting dalam persepsi. Interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita.<sup>7</sup>

### **3. Faktor yang Memengaruhi Persepsi**

Faktor yang memengaruhi suatu persepsi individu ataupun kelompok kepada suatu obyek lain adalah faktor fungsional yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal lainnya yang dianggap personal. Menurut David Krech dan Richard S. Crutchfield seperti faktor fungsional dan faktor struktural sangat memengaruhi persepsi, faktor tersebut antara lain:

a. Faktor Fungsional

Berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kitasebut sebagai faktor-faktor personal yang

---

<sup>7</sup> Ibid., 168.

menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulasi, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut.

b. Faktor Struktural

Berasal semata-mata dari stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkan oleh syaraf individu. Menurut Kholer adalah bagian-bagian medan yang terpisah dari medan persepsi berada dalam interdependensi yang dinamis yaitu dalam interaksi dan karena itu dinamika khusus dalam interaksi ini menentukan distribusi fakta dan kualitas lokalnya, maksudnya adalah jika kita ingin memahami suatu peristiwa, kita tidak dapat hubungan keseluruhan, untuk memahami seseorang kita harus melihatnya dalam konteksnya, dalam lingkungannya, dan dalam masalah yang dihadapi.<sup>8</sup>

Faktor lain adalah faktor penarik perhatian:

a. Faktor Eksternal

Apa yang kita perhatikan ditentukan oleh faktor-faktor situasional dan personal. Faktor situasional terkadang disebut sebagai determinan perhatian yang bersifat internal atau penarik perhatian (*attention getter*).<sup>9</sup> Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain:

---

<sup>8</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994), 54.

<sup>9</sup> *Ibid.*, 51.

### 1) Gerakan

Seperti organisme lain, manusia sera visual tertarik pada objek-objek yang bergerak, kita senang melihat huruf-huruf dalam *display* yang bergerak menampilkan nama barang yang diiklankan.

### 2) Intensitas Stimuli

Kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli lain. Warna merah pada latar belakang putih, tubuh jangkung ditengah-tengah orang pendek, suara keras dimalam sepi, iklan setengah halaman dalam surat kabar, atau tawaran pedagang yang paling nyaring dipasar malam sukar lolos dari perhatian kita.

### 3) Kebaruan (*Novely*)

Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda akan menarik perhatian. Beberapa eksperimen juga membuktikan stimuli yang luar biasa lebih mudah dipelajari atau diingat. Karena alasan inilah orang-orang mengejar novel yang baru terbit, film yang baru beredar, atau kendaraan yang mempunyai rancangan mutakhir. Pemasangan iklan sering memanipulasi unsur kebaruan ini dengan menonjolkan yang luar biasa dari barang atau jasa yang ditawarkannya. Media massa juga tidak henti –hetinya menyajikan program baru. Tanpa hal-hal baru, stimuli menjadi monoton, membosankan dan lepas dari perhatian.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Ibid., 52.

#### 4) Perulangan

Hal-hal yang disajikan berkali-kali bisa disertai dengan sedikit variasi akan menarik perhatian. Di sini unsur *familiarity* atau yang sudah kita kenal berpadu dengan unsur *novelty* atau yang baru kita kenal, perulangan juga mengandung unsure sugesti dimana memengaruhi alam bawah sadar kita. Bukan hanya pemasangan iklan yang mempopulerkan produk dengan berulang-ulang *jingles* atau slogan-slogan, tetapi juga kaum politisi memanfaatkan prinsip perulangan. Email Dovifat tokoh aliran publistik Jerman bahkan menyebutkan perulangan satu diantara tiga prinsip penting dalam menaklukkan massa.<sup>11</sup>

#### b. Faktor Internal

Apa yang menjadi perhatian kita lolos dari perhatian orang lain, atau sebaliknya. Ada kecenderungan kita dapat melihat apa yang ingin di dengar. Perbedaan ini timbul dari faktor-faktor yang ada dalam diri kita.<sup>12</sup>

##### 1) Faktor biologis

Dalam keadaan lapar seluruh pikiran didominasi oleh makanan. Karena itu bagi orang lapar yang paling menarik perhatiannya adalah makanan. Yang kenyang akan menaruh perhatian pada hal-hal lain.

---

<sup>11</sup> Ibid., 52-53.

<sup>12</sup> Ibid., 53.

## 2) Faktor sosiopsikologis

Berikan sebuah foto yang menggambarkan kerumunan orang banyak disebut jalan sempit. Tanyakan apa yang mereka lihat, setiap orang akan melaporkan hal yang berbeda. Tetapi seorangpun tidak akan dapat melaporkan berapa orang terdapat pada gambar itu, kecuali kalau sebelum melihat foto mereka memperoleh pertanyaan itu.

## 3) Motif sosiogenesis

Sikap kebiasaan, dan kemauan memengaruhi apa yang kita perhatikan.<sup>13</sup>

# **B. Masyarakat**

## **1. Pengertian Masyarakat**

Masyarakat dalam bahasa Inggris yaitu *society* sedangkan dalam bahasa Arab *syaraka* yang berarti ikut serta atau berpartisipasi. Masyarakat sebagai suatu kenyataan yang mandiri bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggota. Masyarakat bukanlah hanya sekedar suatu penjumlahan individu semata melainkan suatu sistem yang dibentuk dari hubungan antar mereka, sehingga menimbulkan suatu realita tertentu.<sup>14</sup>

Istilah masyarakat adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup atau terbuka, dimana sebagian besar interaksi

---

<sup>13</sup> Ibid., 54.

<sup>14</sup> Nursalam dan Syarifuddin, "Persepsi Masyarakat tentang Perempuan Bercadar", *Jurnal Equilibrium Pendidikan Sosiologi*, (Vol. 3, No.1, Mei 2015), 119.

adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok dengan hubungan antar etnis-etnis. Masyarakat berarti sekumpulan manusia yang saling bergaul, dalam istilah sosiologisnya adalah saling berinteraksi. Suatu kesatuan manusia dapat mempunyai prasarana melalui saling interaksi diantara warganya. Dari beberapa pengertian dapat dimaknai bahwa masyarakat merupakan kesatuan atau kelompok yang mempunyai hubungan serta beberapa kesamaan seperti sikap, tradisi, perasaan dan budaya yang membentuk suatu keteraturan. Masyarakat sebagai sekumpulan manusia di dalamnya ada beberapa unsur yang mencakup. Adapun unsur- unsur tersebut adalah:

- a. Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama.
- b. Bercampur untuk waktu yang cukup lama.
- c. Mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan.
- d. Mereka merupakan suatu sistem hidup bersama.<sup>15</sup>

## **2. Macam-macam Masyarakat**

- a. Masyarakat modern

Masyarakat modern merupakan masyarakat yang sudah tidak terikat pada adat istiadat. Adat istiadat menghambat kemajuan segera ditinggalkan untuk mengadopsi nilai-nilai baru yang secara rasional

---

<sup>15</sup> Ibid., 119.

diyakini membawa kemajuan, sehingga mudah menerima ide-ide baru.<sup>16</sup>

b. Masyarakat tradisional

Masyarakat tradisional merupakan masyarakat yang masih terikat dengan kebiasaan atau adat-istiadat yang turun temurun. Keterikatan tersebut menjadikan masyarakat mudah curiga terhadap hal baru yang menuntut sikap rasional. Sehingga masyarakat tradisional kurang kritis.<sup>17</sup>

Jadi persepsi masyarakat dapat disimpulkan sebagai pandangan, tanggapan atau pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu-individu yang saling bergaul dan berinteraksi karena mempunyai nilai-nilai, norma-norma cara-cara dan prosedur merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat continue dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi indera.

**C. Citra**

Bill Canton mengatakan bahwa citra adalah *“image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person or organization”* (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang

---

<sup>16</sup> Dannerius Sinaga, *Sosiologi dan Antropologi*, (Klaten: PT Intan Pariwara, 1988), 156.

<sup>17</sup> Ibid.



dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi).<sup>18</sup> Frank Jefkins, dalam bukunya *Public Relations Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Dalam buku *Essential of public relations*, Jekins menyebut bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Ada lima jenis citra (*image*) yang dikemukakan oleh Frank Jefkins dalam buku *Public Relations*, yakni:

1. Citra bayangan (*mirror image*). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi (biasanya adalah pemimpinnya) mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.
2. Citra yang berlaku (*current image*). Adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
3. Citra yang diharapkan (*wish image*). Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
4. Citra perusahaan (*corporate image*). Adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
5. Citra majemuk (*multiple image*). Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat

---

<sup>18</sup> Soleh, Soemirat dan Elvinarno, Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 111.

memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan.<sup>19</sup>

#### **D. Media Sosial**

Media sosial sendiri adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian :

1. Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*).
2. Menurut Shirky, media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Boyd, menjelaskan media sosial sebagai sekumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

---

<sup>19</sup> Frank Jefkins, *Public Relations Edisi Kelima*, (Bandung: Erlangga, 2004), 19-20.

4. Menurut Van Dijk, 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 sebuah ikatan sosial.
5. Meike dan Young, mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to-be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.<sup>20</sup>

## **E. Instagram**

### **1. Pengertian Instagram**

*Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Dikutip dari Wikipedia menerangkan bahwa nama dari instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata *insta* berasal dari kata *instan* seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto instan. Sedangkan kata *gram* berasal dari kata *telegram*, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilnya. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan

---

<sup>20</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung:: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 11.

jaringan internet sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat karena itu instagram bersal dari Instan-Telegram.<sup>21</sup>

Instagram pertama-tama dikembangkan di San Fransisco oleh Kevin Systrom dan Brasil Michel “Mike” Krieger saat mereka berdua memilih untuk berfokus pada pembuatan aplikasi multi filter “HTML 5 Check-in” di proyek khusus untuk fotografi mobile. Pada 5 maret 2010 systrom akhirnya menutup dana bantuan sejumlah \$500.000 yang diterimanya dari Baseline Ventures dan Andressen Horowitz.

Sistem sosial didalam media sosial Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram dapat terjalin dengan memberikan double tap atau like yang berarti tanda menyukai gambar yang diposting pada instagram dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah dari tanda suka dari pengikut sangat memengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Semakin banyak tanda suka yang dimiliki dari sebuah foto maka foto tersebut akan semakin populer. Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya. Menurut

---

<sup>21</sup> Ken Ryandra, “Instagram”, Wikipedia, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/instagram>, di akses tanggal 29 Maret 2020.

data statistik yang diambil dari laporan yang dibuat oleh We Are Social's, diawal bulan Januari 2018, total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 53.000.000 atau 22% dari jumlah penduduk. Presentase total popilasi pengguna wanita sebagai presentase dari semua pengguna Instagram aktif Januari 2018 denga presentase 51% Perempuan dan 49% Laki-Laki.<sup>22</sup>

## **2. Fitur-fitur Instagram**

Selain itu terdapat beberapa fitur yang ada di instagram, yaitu :

1. Pengikut, sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram.
2. Mengunggah Foto, kegunaan utama dari instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.
3. Kamera, foto yang telah diambil melalui aplikasi instagram dapat di simpan di dalam iDevice tersebut. Penggunaan kamera melalui instagram juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna.
4. Efek foto, fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah tilt-shift yang fungsinya sama dengan efek kamera melalui instagram yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram.

---

<sup>22</sup> Riyanto andi dwi, "Hootsuite (we are social)" Indonesian digital report 2017", we are social, <https://www.slideshare.net/wearesocial>, diakses tanggal 29 Maret 2020.

5. Judul foto, sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna.
6. Arroba, seperti twitter dan juga facebook, instagram juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyebut pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut.
7. Label foto, kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan "kata kunci".
8. Perlombaan, salah satu kegunaan dari instagram adalah sebagai ajang lomba fotografi. Di dalam perlombaan ini, para penyelenggara lomba menggunakan tanda label untuk menandakan bahwa foto yang telah diunggah tersebut telah mengikuti lomba tersebut.
9. Publikasi kegiatan sosial, instagram menjadi sebuah media untuk memberitahukan suatu kegiatan sosial dalam cakupan lokal ataupun mancanegara.
10. Publikasi organisasi, instagram juga banyak organisasi-organisasi yang mempublikasikan produk mereka. Contohnya saja seperti Starbucks, Red Bull, Burberry, ataupun Levi's. Banyak dari produk-produk tersebut yang sudah menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk-produk terbarunya kepada masyarakat, hal ini dikarenakan agar mereka tidak harus mengeluarkan biaya sepersenpun untuk melakukan promosi tersebut.

11. Geotagging, Bagian ini akan muncul ketika para pengguna iDevice mengaktifkan GPS mereka di dalam iDevice mereka.
12. Jejaring sosial, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti facebook, twitter, foursquare, tumblr, dan flickr yang tersedia di halaman instagram untuk membagi foto tersebut.
13. Tanda suka, instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah.
14. Popular, bila sebuah foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu.
15. Peraturan instagram, sebagai tempat untuk mengunggah foto-foto dari masyarakat umum, ada beberapa peraturan tersendiri dari Instagram, agar para pengguna tidak mengunggah foto-foto yang tidak sesuai dengan peraturan.
16. Penandaan foto dengan bendera, menandai foto dengan sebuah bendera berfungsi bila pengguna ingin melakukan pengaduan terhadap penggunaan instagram lainnya.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>“Pengertian Instagram”, <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, diakses tanggal 17 Maret 2020.

### 3. Kelebihan Instagram

Kelebihan instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya :

- a. Tidak berbayar atau gratis, jika dibandingkan dengan menggunakan website atau membuka situs dengan instagram akan lebih memudahkan karena sosial ini tidak berbayar hanya cukup mendownload atau menginstal di aplikasi *smartphone*.
- b. Banyak digunakan, sejak dikeluarkan tahun 2013 Instagram setiap tahunnya memiliki basis pengguna yang mengalami pertumbuhan yang signifikan. pengguna aktif instagram yang tinggi.
- c. Mudah digunakan, hanya dengan mem-posting foto atau vidio, mem-*follow*, mengomentari, memberikan *like*, sehingga *searching* sesuai hastag yang di inginkan kita sudah bisa menggunakan instagram dengan mudah.
- d. Promosi yang mudah, media endorsement, menggunakan hastag, atau metode paid promote atau shout for shout menjadi promosi yang paling mudah yang disediakan Instagram sehingga testimoni batrang dapat dilihat melalui promosi tersebut.
- e. Media utama berupa foto, foto dan video merupakan sarana promosi yang terbaik karena promosi yang baik adalah menampilkan produk yang dihasilkan dan orang akan lebih percaya jika yang ditampilkan adalah produk bukan hanya berupa tulisan maupun testimoni saja.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Verawati Noning, "Pergeseran Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Bisnis Online", Jurnal Ilmu komunikasi, 12 (2016), 12.



- f. Koneksi dengan media sosial lainnya, instagram memungkinkan untuk menghemat waktu promosi dengan memberikan kemudahan akses ke beberapa media sosial lain.

#### **4. Kekurangan Instagram**

Kekurangan instagram sebagai media sosial adalah :

- a. Harus update secara berkala, update secara berkala terkait konten yang ada di instagram atau yang biasa kita sebut time line atau lini masa atau beranda pada media sosial sehingga harus sesering mungkin user untuk selalu melakukan postingan foto produk sehingga dapat dilihat oleh konsumen.
- b. *Spamming, spamming* banyak terlihat dibagian komentar. Berkaitan dengan suka dan tidaknya pengguna Instagram dengan produk yang kita hasilkan.
- c. Penggunaan paket internet yang tinggi, biaya promosi dapat ditekan dengan adanya instagram di satu sisi menjadi sebuah tantangan juga bagi pengguna memiliki promosi bisnis di instagram karena berbasis foto dan video yang harus selalu diupdate sehingga penggunaan data internet juga semakin tinggi pula.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Ibid., 12.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi, dan berfokus pada pengalaman hidup manusia. Translasi dilakukan dengan memasuki wawasan persepsi informan, melihat sebagai mana mereka melalui suatu pengalaman, kehidupan dan memperlihatkan fenomena serta mencari makna dari pengalaman informan.<sup>26</sup>

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.<sup>27</sup> Menurut Bodgan dan Taylor metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.<sup>28</sup>

Penelitian ini mendeskripsikan suatu keadaan yang sebenarnya, yakni sesuai dengan apa yang ada di lapangan. Artinya penelitian ini membahas mengenai persepsi warganet tentang citra Pemerintah Kota Kediri pada akun instagram @pemkotkediri di masa pandemi Covid-19.

---

<sup>26</sup> Limas Dodi, *Metodologi Penelitian*, (Jogjakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 287-288.

<sup>27</sup> Ibid, 61.

<sup>28</sup> Basrowi & Suwandi, *Memahami Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 21.

## **B. Kehadiran peneliti**

Sesuai dengan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode pendekatan kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan sangat penting dan dilakukan secara optimal. Dalam metode penelitian kualitatif peneliti adalah kunci dalam menangkap makna sekaligus sebagai alat pengumpul data. Maka peneliti akan terjun langsung di lapangan guna mencari data-data yang dibutuhkan.

## **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini adalah instagram @pemkotkediri. Artinya peneliti memilih sepuluh *followers* dari instagram @pemkotkediri, yakni @hafidhasbullah, @ridho\_ku, @friskameliah, @nanditasabrina, @dndfaa, @rizaldsetyono, @iwanamfnn, @arummning, @diyanrizqianto, @wardahhany kemudian peneliti menentukan tempat bertemu guna melakukan wawancara.

## **D. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data utama dari penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, sebaliknya adalah kata tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya, dapat diartikan sebagai data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan. Data tersebut diperoleh dari *followers* instagram

@pemkotkediri yang peneliti pilih. Peneliti memilih sepuluh dari 54, 8 ribu *followers* instagram @pemkotkediri sebagai informan. Sumber data bisa dicatat melalui catatan tertulis, rekaman, pengambilan foto.<sup>29</sup> Dalam praktiknya, peneliti melakukan wawancara secara langsung guna untuk mendapatkan data yang valid dari informan secara langsung.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung berupa sejumlah keterangan atau fakta dengan mempelajari bahan-bahan kepustakaan, atau dapat diartikan juga data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Dalam praktiknya, peneliti melihat postingan yang diunggah pada instagram @pemkotkediri guna untuk mendapatkan data tambahan mengenai penelitian yang peneliti lakukan.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah. Untuk memenuhi data yang dipergunakan dalam penyusunan skripsi, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode sebagai berikut:

---

<sup>29</sup> Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 112.

## 1. Observasi (pengamatan)

Menurut Nawawi & Martini observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala dalam objek penelitian.<sup>30</sup> Teknik pelaksanaan observasi dapat dilakukan secara langsung yaitu pengamatan secara langsung dengan objek yang diteliti.<sup>31</sup> Dalam hal ini, peneliti akan mengamati secara langsung keadaan lapangan untuk menentukan tempat untuk melakukan wawancara dan narasumber yang akan peneliti pilih guna keperluan mencari data-data yang diperlukan. Observasi ini digunakan peneliti untuk melihat secara langsung baik dari lokasi penelitian maupun respon dari informan.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam, yakni peneliti tidak melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun dengan mendetail dengan alternatif jawaban-jawaban yang telah dibuat sebelum melakukan wawancara, melainkan berdasarkan pertanyaan yang umum yang kemudian didetailkan dan dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah

---

<sup>30</sup> Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009). 134.

<sup>31</sup> Limas Dodi, *Metodologi Penelitian*, (Jogjakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 213.

melakukukan wawancara.<sup>32</sup> Dalam wawancara ini, nantinya peneliti akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara spontan atau secara mengalir mengenai topik yang peneliti angkat guna untuk mendapatkan jawaban yang peneliti inginkan.

### 3. Dokumentasi

Dengan teknik dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi bukan hanya dari orang sebagai narasumber, tetapi mereka memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada informan. Dokumen yang ada secara umum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu dokumen resmi seperti surat keputusan, surat instruksi dan dokumen yang tidak resmi misalnya seperti surat nota, dan surat pribadi yang dapat memberikan informasi pendukung terhadap suatu peristiwa.<sup>33</sup> Dalam praktiknya peneliti mengambil langsung dari instagram @pemkotkediri, data IMM guna melihat dan mencari data selain dari narasumber secara langsung.

## F. Validitas Data

Dalam rangka memperoleh kesimpulan yang tepat dan objektif, diperlukan kredibilitas data. Kredibilitas data dimaksudkan untuk membuktikan bahwa apa yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan kenyataan apa yang ada dalam lapangan penelitian. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar

---

<sup>32</sup> Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 20-21.

<sup>33</sup> Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 148-149.

data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>34</sup>

1. Triangulasi Sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawahan yang dipimpin, ke atasan yang menguasai, dan ke teman kerja yang merupakan kelompok kerjasama.
2. Triangulasi Teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuisioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain untuk memastikan data mana yang dianggap benar.
3. Triangulasi Waktu juga sering memengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009), 143.

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 274.

## G. Analisis Data

Menurut Patton yang di kutip Lexy J. Moelong dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif* menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Analisis ini dilakukan setelah data yang diperoleh melalui instrumen yang dipilih dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian. Langkah-langkah menurut Miles dan Huberman, yaitu:

### 1. Reduksi Data

Reduksi data adalah sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan lapangan.<sup>36</sup> Reduksi data ini berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, membuang data yang tidak perlu. Nantinya peneliti akan memilih dan memusatkan kepada temuan-temuan yang peneliti temukan dilapangan dan membuang data yang tidak diperlukan.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan begitu, peneliti akan memahami apa yang

---

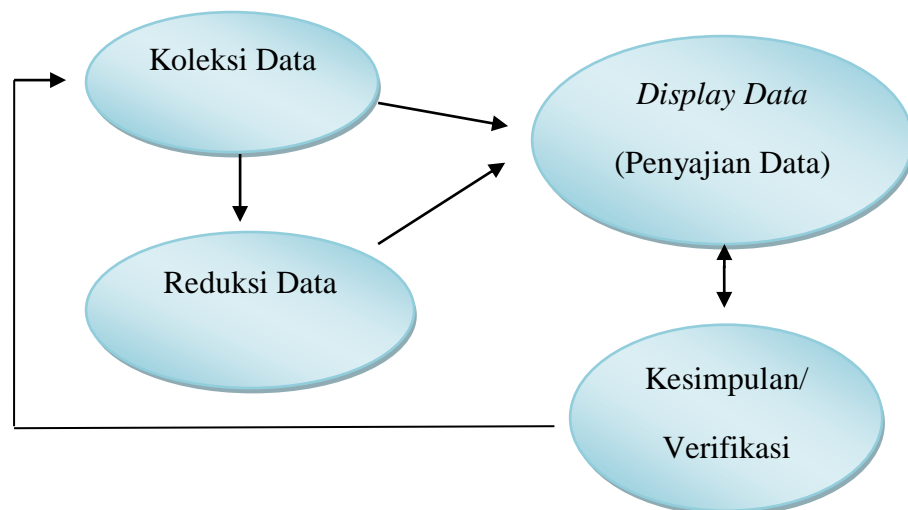
<sup>36</sup> Munawwaroh, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*, (Jombang: Intimedia Anggota IKAPI, 2012), 85.



telah terjadi dan bagaimana ia bertindak.<sup>37</sup> Setelah data yang peneliti butuhkan terkumpul dan sudah dipilih, selanjutnya peneliti akan menyajikan data yang telah peneliti susun ke dalam bentuk deskripsi.

### 3. Penarikan Kesimpulan

Yaitu langkah akhir dari sebuah penelitian dan menganalisis suatu data atau informasi saat pengumpulan data setelah data terkumpul. Setelah tahap pemilihan data dan penyajian data, selanjutnya adalah penarikan kesimpulan yang nantinya peneliti akan menyimpulkan hasil dari penyajian data yang telah peneliti lakukan.



Gambar 3.1. Analisis Data Model Interaktif dari Miles dan Huberman.<sup>38</sup>

## H. Tahap-tahap Penelitian

Layaknya suatu kegiatan ilmiah, sebuah penelitian dilaksanakan melalui prosedur kerja, baku, dan formal. Keturutannya di perhatikan melalui

---

<sup>37</sup> Ibid, 86.

<sup>38</sup> Ibid, 87.

cara-cara penemuan masalah hingga penyelesaian masalah. Secara garis besar, prosedur kerja penelitian dilalui dalam tahapan-tahapan. Tahap pertama adalah perencanaan penelitian yang merupakan kegiatan awal penelitian. Secara fisik kegiatan perencanaan ini di antaranya di tandai oleh adanya proposal penelitian dan instrumen penelitian. Dalam arti nonfisik, kegiatan perencanaan merupakan serangkaian strategi peneliti untuk kegiatan penelitiannya,<sup>39</sup> misalnya dalam rancangan penelitian.

- a. Memilih lapangan penelitian
- b. Mengurus perizinan
- c. Melakukan observasi penelitian untuk memahami medan tempat informan dan menentukan jadwal untuk bertemu dengan informan.
- d. Memilih dan memanfaatkan informan

Tahapan kedua tahap pelaksanaan penelitian yang merupakan kegiatan inti sebuah penelitian. Peneliti memasuki kancah penelitian dengan menghadapi subjek dan objek penelitian. Seperti peneliti memasuki lapangan, dan mengumpulkan data. Tahap ketiga adalah penulisan laporan penelitian dengan sistematika penulisan. Hal ini penting karena mengingat sistematika penulisan yang di dalamnya membuat permasalahan, metodologi, dan penyimpulan sebuah laporan hasil penelitian.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> M. Subana & Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001 ), 47.

<sup>40</sup> Ibid, 54.