

**EFEKTIFITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM MENGENALKAN SENI MURAL ART
(Studi Deskriptif Pada Akun Instagram
Komunitas Ujung Pensil)**

SKRIPSI

Oleh:

AGUNG PRATAMA
NPM : 1203110119

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI HUMAS**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2016**

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **AGUNG PRATAMA**
NPM : 1203110119
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Jumat, 14 Oktober 2016
Waktu : 08.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Nurhasanah, S.Sos, M.I.Kom (.....) 
PENGUJI II : Drs. Yan Hendra, M.Si (.....) 
PENGUJI III : Irwan Syari Tanjung, S.Sos, M.AP (.....) 
PENGUJI IV : Ribus Priyadi, S.Sos, M.I.Kom (.....) 

PANITIA UJIAN

Ketua


Drs. Tasrif Syam, M. Si



Sekretaris


Drs. Zulfahmi, M.I.Kom

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

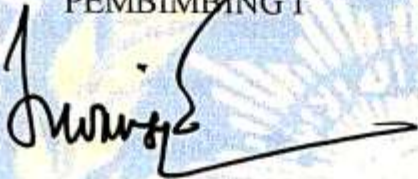
Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : **AGUNG PRATAMA**
N P M : 1203110119
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Efektifitas Media Sosial Instagram Dalam Mengenalkan Seni Mural Art (Studi Deskriptif Komunitas Ujung Pensil)

Medan, 28 September 2016

PEMBIMBING I



Irwan Syari Tanjung, S.Sos, M.AP

PEMBIMBING II



Ribut Priyadi, S.Sos, M.I.Kom

DISETUJUI OLEH:
KETUA JURUSAN,



Nurhasanah, S.Sos, M.I.Kom

DEKAN,



Drs. TASRIF SYAM, M. Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya, Agung Pratama, NPM : 1203110119, menyatakan dengan sungguh-sungguh

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan suatu imbalan, atau memplagiatkan untuk menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh , serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, September 2016

Yang Menyatakan,



AGUNG PRATAMA
NPM : 1203110119

ABSTRAK

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMPERKENALKAN SENI MURAL ART (Studi Deskriptif Pada Komunitas Ujung Pensil)

AGUNG PRATAMA
1203110119

Penelitian ini didasari atas semakin maraknya penggunaan media sosial Ke dalam aspek kehidupan sehari-hari manusia. Media-media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram merupakan contoh media sosial yang sedang sangat digandrungi oleh masyarakat pada zaman ini. Berbagai bidang kehidupan seperti ekonomi, politik, sosial dan seni tidak ketinggalan untuk memanfaatkan media-media sosial tersebut dalam kegiatan-kegiatan mereka.

Hal ini juga telah merasuk ke dalam dunia seni di Indonesia. Komunitas ujung pensil Medan merupakan salah satu contoh komunitas yang bergerak dibidang seni yang mampu memanfaatkan perkembangan media sosial ke dalam dunia seni dengan sangat baik. Instagram merupakan media sosial yang menjadi fokus utama komunitas ujung pensil dalam menjalankan kegiatan-kegiatan komunitas guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh anggota komunitas itu sendiri. Keunggulan konten-konten dalam Instagram dirasa sangat cocok untuk dijadikan jembatan antara komunitas dengan khalayak luas khususnya pengguna instagram. Instagram yang lebih terfokus ke aspek gambar, foto dan video sangat sejalan dengan komunitas ujung pensil yang bergerak dibidang seni gambar terutama *mural art*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efektivitas media sosial instagram dalam memperkenalkan seni mural art. Yang mana hal ini dapat kita ketahui dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang memiliki hubungan langsung dengan akun instagram @ujung_pensil dan juga komunitas ujung pensil itu sendiri.

Penelitian ini menunjukkan bahwa media-media sosial seperti instagram telah memberikan kemudahan bagi banyak pihak. Pihak pengelola akun instagram @ujung_pensil mendapat kemudahan dalam menjalankan kegiatan publikasi dan pengenalan seni mural. Pengikut akun @ujung_pensil juga mendapat kemudahan dengan adanya instagram, kemudahan dalam mendapatkan gambar untuk referensi dan informasi lainnya tanpa mengenal waktu dan jarak jelas menjadikan instagram sebagai media yang sangat efektif untuk mengenalkan seni *mural art*.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum, Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'aalamiin, puji dan syukur tak lupa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan sebaik-baiknya. Salawat beriring salam tak lupa pula penulis hadiratkan ke junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat islam dari jaman yang gelap gulita ke jaman yang terang benderang seperti sekarang ini, semoga kita senantiasa mendapat syafaatnya di akhirat kelak. Aamiin ya Rabbal'Aalamiin.

Penulis telah mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Mengenalkan Seni *Mural Art*". Penulis sangat-sangat menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih sangat amat banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis juga menerima saran dan nasehat dari pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan isi dari skripsi ini.

Melalui skripsi ini penulis menyampaikan rasa hormat dan cinta kepada kedua orang tua yang telah amat sangat mendukung selama proses penulisan skripsi ini, yang paling saya sayangi dan saya cintai Ibu saya dan bapak saya yang telah banyak berkorban secara moril, maupun materil kepada penulis selama masa kuliah terkhusus selama masa penulisan skripsi

pendidikan sampai ke perguruan tinggi dan kepada seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis.

Selanjutnya sudah menjadi keharusan rasanya penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bpk. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor UMSU
2. Bpk. Drs. Tasrif Syam M.Si selaku Dekan FISIP UMSU
3. Bpk. Irwan Syari Tanjung S.Sos.,M.A.P. sebagai dosen pembimbing I
4. Bpk Ribut Priyadi,S.Sos., M.I.Kom sebagai dosen pembimbing II
5. Seluruh dosen FISIP UMSU yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terimakasih telah banyak memberikan ilmu bagi saya dan semua teman-teman mahasiswa selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staff biro FISIP UMSU yang juga sering membantu penulis dalam hal kepengurusan administrasi.
7. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2012 khususnya teman-teman satu kelas IKO HUMAS Siang Wisnu A. Rahardjo, Bayu Ramadhan, Febrianto N. Poetro, M. Muktar Alwin Lbs, dan para mahasiswi yang sudah mulai kehilangan akal sehatnya selama masa pekerjaan skripsi ini, kalian luar biasa.
8. Kepada teman-teman fight kali lah bos yang telah banyak memberikan pengalaman yang tak terlupakan selama masa kuliah, Abdul Mutholib, Gilang Ramadhan, M. Mirza Rizky, Prayogo, semoga kalian cepat menyusul juga.

9. Teruntuk Dewan Pengurus Wilayah Partai Keadilan Sejahtera Sumatera Utara saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk izin penelitian yang telah diberikan dan untuk semua bimbingannya selama saya melakukan penelitian. Semoga PKS semakin Berjaya di Sumatera Utara dan di Indonesia, serta bisa menjadi partai yang mampu mengemban amanah dari rakyat. Aamiin Ya Rabbal'Aalamiin.

10. Terimakasih untuk semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulisan skripsi ini yang mungkin tidak saya sebutkan namanya satu per satu karena keterbatasan kemampuan penulis.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal bagi semua pihak yang telah membantu proses penulisan skripsi ini. Penulis memohon maaf jika penulis belum mampu membalas jasa kalian.

Akhir kata penulis memohon maaf sekali lagi jika dalam penulisan skripsi ini masi banyak terdapat kekurangan baik dari penyampain kata, penulisan ataupun dari kesalahan-kesalahan lainnya, sesungguhnya penulis hanya manusia biasa yang masih amat sangat jauh dari kata baik.

Medan, September 2016

Hormat Saya,
Penulis

AGUNG PRATAMA
NPM : 1203110119

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	5
D. Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS	
A. Komunikasi.....	7
1. Pengertian Komunikasi.....	7
2. Pengertian Komunikasi Secara Umum.....	7
3. Pengertian Komunikasi Secara Paradigmatic.....	8
4. Unsur-Unsur Komunikasi.....	9
5. Fungsi dan Tujuan komunikasi.....	11
6. Proses Komunikasi.....	12
7. Bentuk-Bentuk Komunikasi.....	14
B. Komunikasi Massa.....	15
1. Pengertian Komunikasi Massa.....	15
2. Proses Komunikasi Massa.....	17
3. Fungsi Komunikasi Massa.....	18
C. Komunikasi Dunia Maya.....	19
1. Dunia Maya (<i>Cyberspace</i>).....	19
2. Komunitas Maya.....	20
D. Teknologi Komunikasi.....	20
E. Internet.....	22

F. Efektivitas	23
G. Media Sosial.....	24
1. Pengertian Media Sosial	24
2. Peran dan Fungsi Media Sosial.....	26
H. Media Baru/New Media.....	29
I. Instagram.....	30
1. Sejarah dan Pengertian Instagram.....	30
2. Fungsi Instagram.....	31
3. Konten-Konten Dalam Instagram	32
J. Komunitas.....	33
K. Ujung Pensil.....	34
L. Kreatifitas.....	35
1. Pengertian Kreatifitas.....	35
2. Kriteria Kreatifitas	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian	38
B. Informan atau Narasumber	38
C. Definisi Konsep	39
D. Kerangka Konsep.....	40
E. Kategorisasi.....	41
F. Definisi Operasional	41
G. Teknik Pengumpulan Data.....	42
H. Teknik Analisis Data.....	43
I. Lokasi dan Waktu Penelitan	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	45
B. Pembahasan.....	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi seperti sekarang ini komunikasi menjadi sebuah kebutuhan penting bagi masyarakat dalam menyampaikan simbol-simbol informasi kepada orang lain untuk mendapatkan balasan timbal balik yg di inginkan oleh komunikator dari komunikan. Beragam budaya dan perilaku komunikasi di masyarakat pun timbul seiring masuknya komunikasi ke era globalisasi.

Perkembangan Teknologi bisa dikatakan sebagai penyebab terbesar berubahnya gaya dan perilaku masyarakat dalam melakukan interaksi di kehidupan sehari-hari. Penemuan alat-alat komunikasi yang semakin hari semakin canggih telah menjadikan globalisasi berkembang lebih cepat tanpa bisa dikendalikan. Penemuan-penemuan baru yang menggabungkan peran teknologi komputer dan teknologi komunikasi berhasil menciptakan media interaksi dan komunikasi baru pada era globalisasi ini. Berita atau informasi yang pada zaman dahulu harus memakan waktu berhari-hari untuk bisa sampai ke tempat yang dituju, saat ini dapat disampaikan hanya dalam hitungan detik. Nyatanya, dunia memang layak dikatakan telah memasuki era baru.

Dengan adanya media-media yang begitu banyak seiring dengan berkembangnya jaman, proses komunikasi, penyampaian informasi dan mengakses hiburan bisa di lakukan dengan cepat bahkan dengan hal yang

instan. Komunikasi yang digunakan tidak selalu terfokus kepada komunikasi langsung, namun juga melalui audio, visual maupun audio visual.

Adanya media-media elektronik yang hadir seperti radio, televisi dan internet pada saat ini mempermudah masyarakat untuk mengakses informasi dan konten-konten hiburan. Terutama dengan adanya internet, informasi dan hiburan tersebut menjadi lebih cepat, mudah dan dapat di akses dimana saja.

Media selalu menjadi penunjang bagi kehidupan masyarakat sekarang, yang selalu di butuhkan dalam berbagai bidang seperti promosi, iklan dan berbagai berita. Dengan seiring berjalannya waktu, media semakin berkembang pesat dan adanya teknologi-teknologi canggih yang terus muncul dari berbagai pihak pemerintahan maupun swasta untuk mensiasati kekurangan-kekurangan sebelumnya untuk memenuhi kebutuhan. Oleh karena itu media menjadi suatu sarana yang sangat di butuhkan oleh masyarakat dimasa sekarang.

Perkembangan teknologi dan komunikasi juga telah dirasakan manfaatnya bagi jutaan manusia di muka bumi yang seolah tak pernah lepas dari keberadaan internet. Anak-anak, remaja, kaum dewasa bahkan para orang tua pun seolah tak ingin ketinggalan untuk merasakan manfaat perkembangan teknologi komunikasi ini.

Setiap golongan usia seolah punya minat dan tujuan masing-masing, seperti anak-anak dengan gamenya, remaja dan orang dewasa dengan media sosialnya, dan orang tua dengan media-media dan harian onlinenya. Dan

kaum remaja bersama orang dewasa adalah golongan yang paling dominan menggunakan internet dengan media sosialnya.

Salah satu media yang sering di akses oleh pengguna media sosial di dunia adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah media sosial yang berisikan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram bisa menjadi tempat untuk berkomunikasi. Fungsi layanan ini sebenarnya memang agar semua penggunanya dapat “Menggunggah” foto apapun melalui akun mereka dengan cepat. Seiring dengan berjalannya waktu dan makin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, Instagram kini dimanfaatkan tidak hanya hadir sebagai salah satu alternatif dalam bersosialisasi di dunia maya tetapi bisa juga menjadi alternatif baru dalam melancarkan promosi produk seperti produk fashion dan lain-lain.

Saat ini Instagram menjadi sangat populer dan berhasil memikat mayoritas pengguna media sosial untuk memanfaatkannya. Tak hanya pribadi, komunitas, instansi bahkan lembaga pemerintah juga turut meramaikan keberadaan Instagram. Dan salah satu komunitas yang menggunakan Instagram sebagai media untuk menyalurkan karya adalah komunitas ujung pensil. Komunitas ini memperkenalkan seni *mural art* di media sosial Instagram melalui akun @ujung_pensil. Dengan adanya akun Instagram @ujung_pensil yang dimiliki oleh komunitas ujung pensil jadi

lebih mudah untuk memperkenalkan *seni mural art* kepada seluruh masyarakat kota medan dan seluruh *followers* akun instagram tersebut.

Mural berasal dari kata ‘*murus*’, kata dari Bahasa Latin yang memiliki arti dinding. Dalam pengertian kontemporer, mural adalah lukisan berukuran besar yang dibuat pada dinding (interior ataupun eksterior), langit-langit, atau bidang datar lainnya. Akar muasal mural dimulai jauh sebelum peradaban modern, bahkan diduga sejak 30.000 tahun sebelum Masehi. Sejumlah gambar prasejarah pada dinding gua di Altamira, Spanyol, dan Lascaux, Prancis, yang melukiskan aksi-aksi berburu, meramu, dan aktivitas religius, kerap kali disebut sebagai bentuk mural generasi pertama.

Pada saat sekarang ini *mural art* lebih sering di lukis pada dinding-dinding café terutama di kota medan. Hal ini bertujuan untuk menambah keindahan interior ruangan café tersebut dan hal tersebut akan menumbuhkan minat konsumen untuk mengunjungi café yang menggunakan *mural art* tersebut.

Para seniman biasanya menyampaikan ekspresi mereka atau apa yang sedang mereka rasakan melalui *mural art* tersebut. Jadi, masing-masing seniman memiliki karakter yang berbeda dalam mengungkapkan perasaan mereka melalui *mural art*. Disinilah peran komunitas ujung pensil untuk menyatukan seluruh seniman *mural art* yang memiliki karakter berbeda tersebut dan menyampaikannya melalui jejaring sosial instagram.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMPERKENALKAN SENI MURAL ART (Studi Deskriptif Pada Komunitas Ujung Pensil)”**

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka masalah ini dapat dirumuskan sebagai berikut “Bagaimana efektivitas media sosial instagram yang di gunakan komunitas ujung pensil dalam memperkenalkan seni *mural art*”.

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah diatas sebagai berikut : Untuk mengetahui efektivitas instagram dalam memperkenalkan seni *mural art*.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu :

1. Secara Teoritis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bentuk bacaan yang bersifat teoritis tentang penggunaan instagram dikalangan mahasiswa
2. Secara Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah penelitian tentang penggunaan media baru.

3. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukan kepada berbagai pihak dalam rangka mengetahui penggunaan instagram sebagai penyampai aspirasi seniman *mural art*.

D. SISTEMATIKA PENULISAN

Pada penelitian ini penulis membuat sistematika dengan membagi tulisan menjadi lima bab yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Pada bab ini penulis menguraikan teori-teori yang relevan tentang Komunikasi, Komunikasi Massa, Komunikasi Dunia Maya, Teknologi Komunikasi, Internet, Efektivitas, Media Sosial, Media Baru, Instagram, Komunitas, Ujung Pensil, dan Kreatifitas.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari Metode Penelitian, Jenis Penelitian, Informan dan Narasumber, Defenisi Konsep, Krangka Konsep, Kategorisasi, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Waktu dan Lokasi Penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Dunia semakin cepat berubah, dalam dua dasawarsa terakhir perkembangan teknologi sudah sedemikian pesatnya memberikan dampak yang menyentuh segala aspek kehidupan manusia. Salah satu hal yang berkembang sangat pesat dan menjadi pemicu dari perkembangan yang telah terjadi adalah komunikasi.(Hermawan, 2012:4).

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Secara etimologis, komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti sama. *Communico, comunicatio* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*). (Hermawan, 2012:4).

Schramm (Effendy, 2003:30-31) menyatakan bahwa *field of experience* atau bidang pengalaman merupakan faktor yang amat penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, jikalau pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.

2. Pengertian Komunikasi Secara Umum

Komunikasi dalam pengertian umum dapat dilihat dari dua segi yaitu:

a. Pengertian komunikasi secara etimologis

Secara Etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communicato* yang bersumber dari kata *communis* yang artinya sama, dalam arti sama makna mengenai suatu hal. Jadi, komunikasi berlangsung apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

b. Pengertian komunikasi secara terminologis

Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi ini adalah manusia. Karena itu, komunikasi yang dibahas disini adalah komunikasi manusia atau dalam bahasa asing disebut *human communication*, yang sering kali pula disebut komunikasi social atau *social communication*.

3. Pengertian komunikasi secara paradigmatic

Dalam pengertian *paradigmatic*, komunikasi mengandung tujuan tertentu; ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi, atau film, maupun media nonmassa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spandok dan sebagainya.

Mengenai pengertian komunikasi secara paradigmatic ini banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, tetapi dari sekian banyak definisi itu dapat disimpulkan secara lengkap dengan makna yang hakiki, yaitu:

“Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media”. (Effendy, 1992:3-5)

4. Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengetahuan komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini juga bisa disebut komponen atau elemen komunikasi. Untuk itu, kita perlu mengetahui unsur-unsur komunikasi (Cangara, 1998: 23-27).

Adapun unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi juga bisa dalam bentuk kelompok misalnya, partai, organisasi, atau lembaga. Sumber sering disebut

pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut source atau sender.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata message, content, atau information.

3. Media

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

Penerima adalah elemen penting dalam komunikasi, karena penerimalah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau media.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tinglah laku seseorang (De Fleur, 1982).

6. Tanggapan Balik

Ada anggapan yang menyebutkan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai kepada tujuan. Hal-hal seperti itu yang menjadi tanggapan balik yang diterima oleh

5. Fungsi dan Tujuan Komunikasi

a. Fungsi Komunikasi

1) Pendidikan dan Pengajaran

Komunikasi menjadi sarana penyediaan pengetahuan, keahlian dan keterampilan untuk memperlancar peranan manusia dan dan memberikan peluang bagi orang lain untuk berpartisipasi aktif dalam kehidupan bermasyarakat.

2) Informasi

Kualitas kehidupan akan menjadi miskin apabila tanpa informasi. Ada pepatah mengatakan bahwa siapa yang menguasai informasi, maka dialah yang menguasai dunia, dan komunikasi menyediakan informasi tentang keadaan dan perkembangan lingkungan sekelilingnya.

3) Hiburan

Komunikasi menyediakan hiburan yang tiada habis-habisnya misalnya melalui film, televisi, radio, drama, music, literature, komedi, dan permainan.

4) Diskusi

Komunikasi merupakan sarana yang baik bagi penyaluran bakat untuk berdebat dan berdiskusi tentang gagasan baru yang lebih kreatif dalam membangun kehidupan bersama

5) Persuasi

Komunikasi memungkinkan para pengirim pesan bertindak sebagai seorang *persuader* terhadap penerima pesan yang diharapkan akan berubah pikiran dan perilakunya.

6) Promosi Kebudayaan

Komunikasi membuat manusia dapat menyampaikan dan menumbuhkembangkan kreativitasnya dalam rangka pengembangan kebudayaan.

7) Integrasi

Melalui komunikasi, maka sejumlah orang yang melintas ruang dan waktu di muka bumi ini dapat diintegrasikan, artinya dengan komunikasi makin banyak orang yang saling mengenal dan mengetahui keadaan masing-masing. (Liliweri, 2011:136-138).

b. Tujuan Komunikasi

Stanton (1982 dalam Liliweri, 2011:128) mengatakan bahwa sekurang-kurangnya ada lima tujuan komunikasi manusia, yaitu:

- 1) Mempengaruhi orang lain
- 2) Membangun atau mengelola relasi interpersonal
- 3) Menemukan perbedaan jenis pengetahuan
- 4) Membantu orang lain
- 5) Bermain atau bergurau

6. Proses Komunikasi

Dari pengertian komunikasi sebagaimana dituturkan diatas, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Dalam bahasa komunikasi komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut:

- Komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan;
- Pesan, yaitu pernyataan yang didukung oleh lambang;
- Komunikan, yaitu orang yang menerima pesan;

- Media, yaitu sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya;
- Efek, yaitu dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 1992:6)

Proses komunikasi juga dapat dibagi menjadi dua perspektif yaitu:

a. Proses Komunikasi Dalam Perspektif Psikologis

Proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah pikiran, sedangkan lambang umumnya adalah bahasa. Walter Lippman menyebut isi pesan itu "*picture in our head*", sedangkan Walter Hagemann menamakannya "*das Bewustseinhalte*". Proses "mengemas" atau "membungkus" pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamika "*encoding*".

Hasil *encoding* berupa pesan itu kemudian ia operkan kepada komunikasi. Kini giliran komunikan terlibat dalam proses komunikasi interpersonal. Proses dalam diri komunikan tersebut *decoding* seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator tadi. Isi bungkusan tadi adalah pikiran komunikator. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi

terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

b. Proses Komunikasi Dalam Perspektif Mekanistik

Proses ini berlangsung ketika komunikator mengoperkan atau “melemparkan” dengan bibir kalau lisan atau tangan jika tulisan pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan dari komunikator ke komunikan itu dapat dilakukan dengan indera telinga atau indera mata, atau indera-indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada situasi ketika komunikasi itu berlangsung.

Adakalanya komunikannya seorang, maka komunikasi di situasi seperti itu dinamakan *komunikasi interpersonal* atau *komunikasi antarpribadi*, kadang-kadang komunikannya sekelompok orang, maka komunikasi di situasi seperti itu disebut *komunikasi kelompok*, acapkali pula komunikannya tersebar dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga untuk menjangkaunya diperlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi seperti itu dinamakan *komunikasi massa*. (Effendy, 2003:31-32).

7. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Secara garis besar, komunikasi dapat dibagi menjadi dua komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

a. Komunikasi Verbal (*Verbal Communication*)

Dalam komunikasi verbal, informasi disampaikan secara verbal atau lisan. Proses penyampaian informasi secara lisan inilah yang diamakan berbicara. Kualitas proses komunikasi verbal ini seringkali ditentukan intonasi suara ekspresi raut muka serta gerakan-gerakan tubuh (*body language*). Maksudnya, kata-kata yang diucapkan akan lebih jelas apabila disampaikan dengan intonasi suara, mimik, dan gerakan-gerakan yang tepat.

b. Komunikasi Nonverbal (*Nonverbal Communication*)

Dalam komunikasi nonverbal, informasi disampaikan dengan menggunakan isyarat (*gestures*), gerak-gerik (*movement*), suatu barang, waktu, cara berpakaian, atau sesuatu yang dapat menunjukkan suasana hati atau perasaan pada saat tertentu.

Komunikasi nonverbal juga dikatakan sebagai komunikasi bahasa tubuh (*kinesik*), sebagaimana disebutkan Cassagrande, O. Diane dalam bukunya *Oral Communication (in technical professions and businesses)*, yang dikutip oleh Alo Liliweri (1991:). Contoh lain komunikasi nonverbal adalah menunjukkan tanda dua jari sebagai “Victory” mengacungkan jempol sebagai “memuji”.

B. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dengan demikian, maka unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah:

- a. Komunikator,
- b. Media massa,
- c. Informasi (pesan) massa,
- d. *Gatekeeper*,
- e. Khalayak (publik), dan
- f. Umpan balik

Sementara *Komunikator* dalam komunikasi massa adalah :

- a. Pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi ini dengan cepat ditangkap oleh publik.
- b. Komunikator dalam penyebaran informasi mencoba berbagi informasi pemahaman, wawasan dan solusi-solusi dengan jutaan massa yang tersebar dimana tanpa diketahui dengan jelas keberadaan mereka.
- c. Komunikator juga berperan sebagai sumber pemberitaan yang mewakili institusi formal yang sifatnya mencari keuntungan dari penyebaran informasi itu.

Media massa adalah media komunikator dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.

Khalayak adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa.

Sedangkan umpan balik dalam media massa berbeda dengan umpan balik dalam komunikasi antarpribadi. Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya bersifat tertunda sedangkan umpan balik dalam komunikasi tatap muka bersifat langsung. Akan tetapi konsep umpan balik tertunda dalam komunikasi massa ini telah dikoreksi karena semakin majunya media teknologi, maka penundaan umpan balik menjadi saat tradisional. (Bungin, 2009:71-72).

2. Proses Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki proses yang berbeda dengan komunikasi tatap muka. Karena sifat komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasinya sangat kompleks dan rumit. Menurut McQuail (1992:33 dalam Bungin, 2009:74-75), proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk:

- a. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar.

Jadi proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasyarakatan dalam skala yang besar, sekali siaran, pemberitaan

yang disebarakan dalam jumlah yang luas, dan diterima oleh massa yang besar pula.

- b. Proses komunikasi massa juga dilakukan melalui satu arah, yaitu dari komunikator ke komunikan. Kalau terjadi interaksi di antara mereka, maka proses komunikasi (balik) yang di sampaikan oleh komunikan ke komunikator sifatnya sangat terbatas, sehingga tetap saja di dominasi oleh komunikator.
- c. Proses komunikasi massa berlangsung secara asimetris diantara komunikator dan komunikan, menyebabkan komunikasi di antara mereka berlangsung datar dan bersifat sementara.
- d. Proses komunikasi massa juga berlangsung impersonal (non-pribadi) dan tanpa nama. Proses ini menjamin bahwa komunikasi massa akan sulit diidentifikasi siapa penggerak dan menjadi motor dalam sebuah gerakan massa di jalan.
- e. Proses komunikasi massa juga berlangsung berdasarkan pada hubungan-hubungan kebutuhan (*market*) di masyarakat.

3. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat.

a. Fungsi pengawasan

Media massa merupakan sebuah medium dimana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat pada umumnya. Fungsi

pengawasan ini bisa berupa peringatan dan kontrol sosial maupun kegiatan persuasif. Pengawasan dan kontrol sosial dapat dilakukan untuk aktivitas preventif untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.

b. Fungsi *Social Learning*

Fungsi utama komunikasi massa melalui media massa adalah melakukan *guiding* dan pendidikan sosial kepada seluruh masyarakat. Fungsi komunikasi massa ini merupakan sebuah andil yang dilakukan untuk menutupi kelemahan-kelemahan fungsi yang dilaksanakan melalui komunikasi tatap muka.

c. Fungsi Penyampaian Informasi

Komunikasi massa yang mengandalkan media massa, memiliki fungsi utama, yaitu menjadi proses penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Komunikasi massa memungkinkan informasi dari institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat sehingga waktu informatif tercapai dalam waktu cepat dan singkat.

d. Fungsi Transformasi Budaya

Komunikasi massa sebagaimana sifat-sifat budaya massa, maka yang terpenting adalah komunikasi massa menjadi proses transformasi budaya yang dilakukan bersama-sama oleh semua komponen komunikasi massa, terutama yang didukung oleh media massa. Fungsi transformasi budaya ini menjadi sangat penting dan terkait dengan fungsi-fungsi lainnya

terutama fungsi *social learning*, akan tetapi fungsi transformasi budaya lebih kepada tugasnya yang besar sebagai bagian dari budaya global.

e. Hiburan

Bahwa seiring dengan fungsi-fungsi lain, komunikasi massa juga digunakan sebagai medium hiburan, terutama karena komunikasi massa menggunakan media massa, jadi fungsi-fungsi hiburan yang ada pada media massa juga merupakan bagian dari fungsi komunikasi massa. (Bungin, 2009:79-81).

C. Komunikasi Dunia Maya

1. Dunia Maya (Cyberspace)

Istilah “dunia maya” memiliki beberapa makna berbeda. Dalam novel William Gibson (1984/1994), *Neuromancer*, istilah dunia maya muncul pertama kalinya untuk merujuk pada jaringan informasi luas oleh para penggunanya disebut dengan console cowboys akan “muncul”, atau koneksi langsung dengan system-sistem syaraf mereka.

Berikut adalah sebuah definisi lebih formal yang dikembangkan dari konsep Gibson tetapi memberikan keterkaitan langsung dengan system syaraf: “Dunia maya adalah realita yang terhubung secara global, didukung computer, berakses computer, multidimensi, artificial, atau “virtual”. Dalam realita ini, dimana setiap computer adalah sebuah jendela, terlihat atau terdengar objek-objek yang bukan bersifat fisik dan bukan representasi

objek-objek fisik, namun lebih merupakan gaya, karakter dan aksi pembuatan data, pembuatan informasi murni” (Benedikt, 1991, 122-123).

2. Komunitas Maya

Virtual communities atau komunitas maya adalah komunitas-komunitas yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata. Salah satu bentuknya yang paling awal adalah bulletin computer yang diakses dengan menyambungkan modem pada tahun 1970-an. Ruang chatting, e-mail, milis dan kelompok-kelompok diskusi via elektronik adalah contoh baru tempat-tempat yang dapat dipakai komunitas untuk saling berkomunikasi.

Orang yang tinggal diberbagai penjuru dunia yang memiliki ketertarikan sama dapat berkumpul untuk membicarakannya di dunia maya. Howard Rheingold (1993) menyebutkan beberapa ajang gaul elektronik ini dalam bukunya *The Virtual Community* (Severin & Tankard, 2011:445-447).

D. Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi merupakan penerapan prinsip-prinsip keilmuan komunikasi untuk memproduksi suatu item material bagi efektifitas dan efisiensi proses komunikasi. Teknologi komunikasi juga dapat dipandang sebagai penerapan prinsip-prinsip keilmuan komunikasi melalui penciptaan material (alat-alat teknis) agar meningkatkan kualitas dan kuantitas peranan unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan,

media, sasaran, dampak sesuai dengan konteks komunikasi. Dalam cara pandang ilmu komunikasi, teknologi komunikasi merupakan suatu sistem makro yang di dalamnya meliputi teknologi telekomunikasi, teknologi elektronika dan TI. (Liliweri, 2011:854).

Teknologi baru memungkinkan kita berinteraksi dengan mereka yang belum pernah kita temui langsung. Jelas, efek-efek apa dari teknologi baru ini belum di putuskan. Sementara itu, kita semua berusaha mengejar dunia teknologi yang terus berkembang.

Teknologi komunikasi merasuk berbagai aspek kehidupan. Konferensi video memungkinkan orang yang terpisah jauh untuk berbicara dan melihat satu sama lain. Banyak presentasi publik kini dilakukan dengan menggunakan gambar power point, dan bentuk bantuan teknologi lainnya. Teman, anggota keluarga, dan pasangan bergantung kepada surat elektronik untuk tetap terhubung kepada surat elektronik untuk tetap terhubung.

Kemajuan teknologi yang salah satunya ditandai dengan keberadaan internet menyebabkan banyak hal berubah, termasuk produk, orang, organisasi dan teknologi di dalam perusahaan. Teknologi akan mengubah segala sesuatu dengan cepat secara dinamis. Kemampuan akselerasi teknologi memungkinkan segala sesuatu mudah berubah, demikian juga dengan pemasaran, teknologi mampu mengubah masyarakat, bisnis dan pasar menjadi lebih khusus dan tersegmentasi. (Prisgunanto. 2006:171)

Pemanfaatan teknologi oleh kaum muda, cenderung bukan hanya fungsi formal teknologi, tetapi ke arah fungsi sosial. Pada kelompok sosial

ini, teknologi seperti teknologi ponsel dan atau pemanfaatan media jejaring sosial cenderung sebagai sebuah gaya hidup (*life style*).

E. Internet

Internet dapat di definisikan sebagai: *a worldeide means of exchanging information and communicating through a series of interconnected computers* (suatu metode yang mendunia untuk saling tukar menukar informasi dan berkomunikasi melalui komputer yang saling terkoneksi). Dewasa ini siapa saja yang memiliki komputer dan modem dapat mengakses Internet dan menjadi bagian dari jaringan komunikasi dunia.

Sejauh ini dalam sejarah teknologi komunikasi belum ada media yang mampu menandingi Internet dalam dalam hal pertumbuhan jumlah penggunanya. Di negara maju, Internet mengalahkan seluruh media sebagai referensi untuk mendapatkan informasi. (Morissan, 2010:317)

Menurut data dari We Are Social, pengguna internet aktif di seluruh dunia kini mencapai angka 31,7 miliar. Dari tahun ke tahun jumlah Internet bertumbuh hingga 7,6 persen. Pertumbuhan pengguna Internet ini juga berpengaruh terhadap pertumbuhan pengguna media sosial dan *mobile*. Menurut laporan yang sama, pengguna media sosial aktif kini mencapai 2,2 miliar, sedangkan *mobile mencapai* 3,7 miliar. Menariknya, pertumbuhan yang paling signifikan ditunjukkan oleh pengguna yang mengakses media

sosial melalui platform *mobile*. Pengguna jenis ini bertumbuh hingga 23,3 persen. (<http://techinasia.com> diakses pada 4 Maret 2016).

Dalam konteks sosial, saluran media komunikasi seperti jejaring sosial di internet dimanfaatkan untuk promosi. Seseorang bisa melakukan promosi, baik dalam pengertian promosi produk atau jasa, bahkan promosi lowongan kerja pun dapat disampaikan melalui jejaring sosial internet. Kehadiran internet menyebabkan semua media menjadi digital sehingga dunia periklanan dalam mempromosikan suatu produk pun menjadi bergeser. (Prisgunanto, 2014:259)

F. Efektifitas

Menurut Soedarmayanti (2001:59) dalam bukunya yang berjudul *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja* mengenai efektifitas yaitu, efektifitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat tercapai. Pengertian efektifitas ini lebih berorientasi kepada keluaran sedangkan masalah penggunaan masukan kurang menjadi perhatian utama. Apabila efisiensi dikaitkan dengan efektifitas maka walaupun terjadi peningkatan efektifitas belum tentu efisien.

Menurut Effendy (2003:14) efektifitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu, yang ditetapkan dan jumlah yang ditentukan.

Menurut Hardjana (2000:33) mengukur efektifitas komunikasi dengan enam kriteria :

- a. Penerima Komunikasi (Receiver)
- b. Isi Pesan (Content)
- c. Ketetapan Waktu (Timing)
- d. Saluran (Media)
- e. Format kemasan (Format)
- f. Sumber (Source).

Berdasarkan pendapat diatas efektifitas adalah suatu komunikasi melalui proses tertentu, secara terukur yaitu tercapainya sasaran atau tujuan yang ditentukan sebelumnya. Dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah orang yang telah ditentukan. Apabila ketentuan tersebut berjalan dengan lancar, maka tujuan yang direncanakan akan tercapai sesuai dengan yang diinginkan. (Asmara, 2016:21-23)

G. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Dalam ilmu komunikasi, media bisa diartikan sebagai saluran, sarana penghubung dan alat-alat komunikasi. Kalimat media sebenarnya berasal dari bahasa latin yang secara harafiah mempunyai arti perantara atau pengantar.

Media sosial adalah teknologi yang *mobile* dan berbasis Web yang mendorong interaksi di antara pihak-pihak yang menggunakannya. Menargetkan konsumen dengan pesan komersial akan terus meningkat

terkait dengan penggunaan media sosial yang dimiliki, media sosial yang dibayar, dan media sosial yang didasarkan pada aktifitas sebagai sumber pendapatan. (Hermawan, 2012:226)

Media sosial juga dapat diartikan sebagai media yang diciptakan untuk memudahkan orang-orang saling berinteraksi dengan pengguna teknologi internet yang mengubah penyabaran informasi dari bersifat yang *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke *social media dialogue* (banyak audience ke banyak audiens). Jenis dari media sosial sangatlah beragam, antara lain seperti Facebook, Friendster, Twitter, Instagram, LinkedIn, dan lain sebagainya.

Berikut ini adalah definisi dari sosial media yang berasal dari berbagai literatur-literatur penelitian yang dikutip oleh Nasrullah dalam bukunya yang berjudul Teori Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Kultur dan Sosio Teknologi.

Menurut Mandibergh (2012) media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user-generated content).

Shirky (2008) media sosial dan juga perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerjasama (to co-operate) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.

Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan 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 atau UGC dimana konten dihasilkan oleh pengguna dan tidak oleh editor sebagaimana yang ada di institusi media massa.

Van Dijk (2013) media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam berkegiatan maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat fasilitator online atau menguatkan jaringan antarindividu dalam sebuah hubungan sebagai sebuah nilai sosial

2. Peran dan Fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu terbaik untuk menjangkau pelanggan yang lain. media sosial seperti blog, facebook, twitter, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain :

a. Kesederhanaan

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar IT pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah computer dan koneksi internet.

b. Membangun Hubungan

Sosial media menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan pembangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah *feedback* langsung, ide, oengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Tidak dengan media tradisional yang tidak dapat melakukan hal tersebut, media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah.

c. Jangkauan Global

Media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya yang sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten anda untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.

d. Terukur

Dengan sistem *tracking* yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

Media sosial paling baik dipahami sebagai sekelompok jenis baru mediaonline, yang berbagi sebagian besar atau semua karakteristik sebagai berikut:

1) Partisipasi

Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua orang yang tertarik. Ini mengaburkan batas antara media dan khalayak

2) Keterbukaan

Kebanyakan layanan media sosial yang terbuka untuk umpan balik dan partisipasi. Mereka mendorong voting, komentar dan berbagi informasi. Hampir tidak ada hambatan untuk mengakses dan memanfaatkan konten dan melindungi konten disukai.

3) Percakapan

Sedangkan media tradisional adalah tentang "broadcast" (konten ditransmisikan atau didistribusikan kepada khalayak) media sosial lebih baik dilihat sebagai dua arah percakapan.

4) Komunitas

Media sosial memungkinkan masyarakat untuk membentuk cepat dan berkomunikasi secara efektif. Masyarakat share kepentingan bersama, seperti cinta fotografi, isu politik atau acara TV favorit.

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Sosial media dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu (<http://unpas.ac.id/pages/apa-itu-sosial-media/>):

1. Social Networks, media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi (Facebook, Myspace, Hi5, Linked in, Bebo, dan sebagainya)
2. Discuss, media sosial yang memfasilitasi sekelompok orang untuk melakukan obrolan dan diskusi (Google Talk, Yahoo! M, Skype, Phorum, dan sebagainya)
3. Share, media sosial yang memfasilitasi kita untuk saling berbagi file, video, music (Youtube, Slideshare, Feedback, Flickr, Crowdstorm, dan sebagainya)
4. Publish, (Wordpredss, Wikipedia, Blog, Wikia, Digg, dan sebagainya)
5. Social game, media sosial berupa game yang dapat dilakukan atau dimainkan bersama-sama (Koongregate, Doof, Pogo, Cafe.com, dan sebagainya)
6. MMO (Kartrider, Warcraft, Neopets, Conan, dan sebagainya)
7. Virtual worlds (Habbo, Imvu, Starday, dan sebagainya)

8. Livecast (Y! Live, Blog tv, Justin tv, Listream tv, Livecastr, dan sebagainya)
9. Livestream (Socializr, Froendsfreed, Socialthings!, dan sebagainya)
10. Micro blog (Twitter, Plurk, Pownce, Ttwirxr, Plazes, Tweetpeek, dan sebagainya).

H. Media Baru/New Media

Media baru merupakan jenis media yang memanfaatkan perkembangan teknologi dalam proses penyampaian pesannya, dimana dalam hal ini aspek-aspek seperti jarak dan waktu tidak lagi menjadi hambatan utama dalam proses penyampaian pesan.

Menurut Bungin (2006:163-164) teknologi informasi juga tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa disadarin, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (cybercommunity).

Menurut Poster dalam McQuail (2011:151) media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan :

1. Memungkinkan terjadinya batasan percetakan antara banyak pihak.
2. Memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya.

3. Mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya, dari hubungan kewilayahan dan modernitas.
4. Menyediakan kontak global secara instan.
5. Memasukkan subjek modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan.

I. Instagram

1. Sejarah dan Pengertian Instagram

Kevin Systrom adalah seorang pemrogram komputer dan pengusaha Internet. Kevin Systrom dan Mike Krieger adalah pendiri Instagram, sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.

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. Satu unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti kamera Kodak *instamatic* dan *polaroid*. Hal ini berbeda rasio aspek yang 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasinya. Kata "*Insta*" dan "*Gram*". Arti dari kata pertama diambil dari istilah "Instan" atau serba cepat/mudah. Namun dalam sejarah penggunaan kamera foto, istilah "Instan" merupakan sebutan lain dari kamera Polaroid. Yaitu jenis kamera yang bisa langsung mencetak foto beberapa saat setelah

membidik objek. Sedangkan kata “Gram” diambil dari “Telegram” yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat.

Dari penggunaan dua kata tersebut, kita jadi semakin memahami arti dan fungsi sebenarnya dari Instagram. Yaitu sebagai media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas dari media sosial ini.

2. Fungsi Instagram

Seiring dengan berkembangnya jaman, teknologi seolah telah menjadi kebutuhan primer bagi manusia. Begitu juga dengan media sosial yang saat ini sedang sangat digandrungi oleh masyarakat khususnya kaum remaja. Instagram sebagai salah satu media sosial yang juga sangat digandrungi masyarakat merupakan salah satu media sosial yang fungsi dan manfaatnya disadari betul oleh masyarakat luas sebagai salah satu media sosial yang dapat membantu dan menguntungkan.

Berikut adalah beberapa fungsi instagram yang coba diuraikan oleh penulis;

- a. Instagram dapat dipergunakan sebagai media menyimpan foto
- b. Instagram sebagai media berbagi informasi
- c. Instagram sebagai media meningkatkan citra dan popularitas
- d. Instagram dapat menjadi media yang dikomersilkan baik berupa menjual akun dengan followers yang banyak atau dengan berjualan di instagram yang biasa dikenal dengan *online shop*

- e. Instagram sebagai media berkirim pesan baik melalui komentar ataupun pesan pribadi
- f. Instagram menjadi media periklanan baik sosial maupun komersil
- g. Instagram menjadikan kita tahu akan kegiatan-kegiatan orang lain sesame pengguna instagram termasuk *public figure*
- h. Instagram mengenalkan kita pada banyak orang diluar sana yang mungkin bisa menjadi teman atau relasi bisnis kita.

Demikian adalah beberapa fungsi instagram dari banyak lagi fungsi lainnya yang bisa kita manfaatkan dengan baik.

3. Konten-Konten Dalam Instagram

Tak ubahnya dengan media sosial lain seperti facebook, twitter ataupun media sosial lainnya, instagram juga memiliki konten-konten khusus yang menjadi keunggulan dan ciri khasnya tersendiri. Konten-konten tersebut diharapkan mampu membantu pengguna instagram untuk memudahkan dalam kegiatan kegiatan yang berhubungan dengan instagram.

Berikut merupakan beberapa konten utama yang terdapat dalam instagram;

1. Laman Utama (Home)

Konten ini berisikan daftar unggahan foto atau video yang baru di unggah oleh pengguna instagram lain yang akunnya kita ikuti

2. Profil

Profil dalam instagram berisikan data dari pemilik akun, jumlah unggahan foto, jumlah pengikut dan yang diikuti, serta deretan gambar, foto atau video yang telah diunggah oleh pemilik akun.

3. Komentar

Difungsikan sebagai tempat untuk memberi keterangan foto (caption) dan juga konten untuk saling berbalas komentar pada suatu unggahan baik itu gambar, foto maupun video.

4. Pesan Pribadi (Direct Message)

Berupa konten yang memungkinkan setiap pengguna instagram dapat berkirim pesan pribadi dengan pengguna lain tanpa diketahui khalayak umum.

5. Pengikut (Followers)

Berisikan daftar dari akun-akun instagram yang menjadi pengikut kita, yang mana setiap kali kita mengunggah foto akan terlihat di laman utama pengikut.

6. Mengikuti (Following)

Berisikan daftar dari pengguna yang akunnya kita ikuti, bila akun tersebut mengunggah foto akan terlihat di laman utama milik kita.

7. Tautan (Hashtag)

Hashtag (#) Merupaka suatu konten yang memudahkan kita dalam melakukan pencarian dengan satu kata kunci.

8. At (@)

Berfungsi untuk menandai sebuah akun khusus, biasanya digunakan ketika berbalas komentar atau dalam pencarian suatu akun.

J. Komunitas

Dalam dunia komunikasi, pasti tidak jauh-jauh dengan sekelompok orang yang menamai diri mereka sebagai komunitas. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu (Mulyana, 2007: 46).

Komunitas merupakan sebuah kelompok yang di dalamnya terdiri atas orang-orang yang memiliki karakteristik yang sama dan mendiami lokasi tertentu serta biasanya terkait dengan kepentingan yang sama pula. Komunitas biasanya menekankan pada kesamaan dan kebersamaan. Kesamaan visi dan misi yang dimiliki oleh sebuah komunitas menumbuhkan rasa kebersamaan diantara anggota komunitas tersebut (Iriantara, 2007:21).

Biasanya kelompok orang tersebut memiliki tujuan dan organisasi (tidak selalu formal) dan melibatkan interaksi di antara anggota-anggotanya. Bila dikaitkan dengan psikologis, maka kelompok memiliki dua tanda. Pertama, anggota-anggota kelompok merasa terikat dengan kelompok.

Mereka merasakan ada *sense of belonging* di antara mereka, yang pastinya tidak dimiliki oleh orang di luar kelompok mereka. Kedua, nasib anggota-anggota kelompok saling bergantung sehingga hasil setiap orang terkait dalam cara tertentu dengan hasil yang lain (Rakhmat, 2005: 142).

K. Ujung Pensil

Ujung pensil adalah sebuah komunitas *mural art* yang berdiri sejak 16 April 2015 di kota Medan dan masih berdiri sampai sekarang. Komunitas ini terbentuk karena setiap personil di dalam komunitas ini memiliki visi dan misi yang sama, yaitu ingin memajukan *scene* seni *mural art* di kota Medan. Komunitas ini beranggota berdiri atas pemikiran 10 orang anak muda kreatif yaitu Fickry Yusuf K, Hasby Amri Khairi, Khairul Akbar, Slodo Palsky, Zikri, Teguh Kharyanda, Agung Prabowo, Andre Dukun, Danis Arifin, Retno.

Seiring dengan berkembangnya seni mural, komunitas ujung pensil juga turut berkembang merasakan hasil jerih payah para pendirinya. Hingga kini komunitas ini menjadi lebih dikenal di masyarakat khususnya kaum remaja dan anak muda kota Medan.

Ujung Pensil juga berkembang mengikuti tren yang sedang berkembang di masyarakat, ujung pensil juga bergerak ke bidang media gambar yang lain seperti sketsa, seni lukis dan segala macam bidang seni yang berhubungan dengan gambar.

L. Kreatifitas

1. Pengertian Kreatifitas

Dalam perkembangannya, istilah kreatifitas banyak definisinya. Konsep tentang kreativitas termasuk konsep yang luas dan kompleks sehingga sulit merumuskan secara tepat apa yang di maksud dengan kreatifitas. Freedam (1982) mengemukakan kreativitas sebagai kemampuan untuk memahami dunia, menginterpretasi pengalaman dan memecahkan masalah dengan cara yang baru dan asli. Sedangkan Woolfook (1984) memberikan batasan bahwa kreativitas adalah kemampuan individu untuk menghasilkan sesuatu (hasil) yang baru atau asli atau pemecahan suatu masalah. Guilford (1976) mengemukakan kreatifitas adalah cara-cara berpikir yang divergen, berpikir yang produktif, berdaya cipta berpikir heuristik dan berpikir lateral.

Para pakar Bangsa Indonesia di antaranya juga mengemukakan batasan tentang kreatifitas, antara lain :

Cony Semiawan (1987) memberi batasan kreativitas sebagai kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan suatu produk baru. S.C. Utami Munandar (dalam Alisyahbana, 1983) mengemukakan kreativitas sebagai kemampuan untuk mengubah dan memperkaya dunianya dengan penemuan-penemuan di bidang ilmu teknologi, seni maupun penemuan-penemuan di bidang lainnya.

Sedangkan Selo Sumarjan (1983) mengemukakan bahwa kreativitas adalah kemampuan yang efektif dalam menciptakan sesuatu yang baru, yang

berbeda dalam bentuk, susunan, gaya, tanpa atau dengan mengubah fungsi pokok dari sesuatu yang dibuat itu. Daldjoeni (1977) memberi pengertian tentang kreativitas tidak hanya kemampuan untuk bersikap kritis pada diri sendiri, tetapi juga kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dalam hal ini hubungan antara dirinya dengan lingkungan, baik dalam hal materiil, sosial maupun psikis.

2. Kriteria kreatifitas

Berdasarkan pendapat para ahli psikologi, (Danny and Davis, 1982) mengemukakan sejumlah aspek yang berbeda termasuk dalam kriteria kreativitas, yaitu :

- a. *Sensitivity to problems*, artinya kreativitas dilihat dari kepekaan terhadap masalah yang muncul.
- b. *Originality*, artinya pemecahan masalah dengan cara baru, bukan meniru pemecahan masalah yang lain.
- c. *Ingenuity*, artinya adanya kecerdikan dalam pemecahan masalah.
- d. *Breadth*, artinya ketepatan dalam pemecahan masalah.
- e. *Recognitiy by peers*, artinya ada pengakuan dari kelompok tentang penemuannya.

Salah satu hal yang penting dalam kreativitas adalah kemampuan berpikir yang menyebar(*divergent thinking*) sebagai lawan dari berpikir yang menyatu (*convergent thinking*). Dalam struktur intelek kedua hal itu memainkan peranan yang sangat penting. Dalam *convergent thinking* ada jawaban yang benar dan tepat, sedang pada *divergent thinking* dirincikan

dengan menghasilkan berbagai bermacam-macam alternatif pemecahan yang luas, yang masing-masing merupakan kemungkinan yang masuk akal.

Para pemikir yang menyebar tidak terikat harapan-harapan, tidak menghendaki jawaban yang benar, melainkan menghendaki cara berpikir yang spontan dan bebas, seperti dalam melamun dan asosiasi bebas, yang menghasilkan berbagai pemecahan masalah atau penemuan.

BAB III

PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metodologi merupakan proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan peneliti untuk mendekati masalah dan mencari jawaban. Dengan kata lain, metodologi merupakan suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian. Metodologi diukur berdasarkan kemanfaatannya, dan tidak bisa dinilai apakah suatu metode benar atau salah. Metode penelitian merupakan teknik-teknik spesifik dalam sebuah penelitian (Mulyana, 2001:145-146).

Secara umum penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena atau gejala-gejala sosial tentang apa yang di pahami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, motivasi, dsb. Penelitian kualitatif berusaha membentuk pengertian terhadap fenomena sesuai dengan makna yang lazim digunakan oleh subjek penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dekskriptif dengan analisis kualitatif. Penelitian dengan metode deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, atau berbagai fenomena realitas sosial dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu (Bungin, 2007:68).

B. Informan atau Narasumber

Subjek penelitian menurut Arikunto (1996: 74) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel yang akan diamati oleh peneliti.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa subjek penelitian itu adalah individu yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Oleh sebab itu, maka yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah:

1. Pendiri sekaligus Pengelola (admin) akun instagram @ujung_pensil
2. Anggota aktif komunitas ujung pensil
3. Pengikut akun instagram @ujung_pensil

C. Defenisi Konsep

Menurut Masri Singarimbun (Mardalis,1990: 45) konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu, sehingga dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama. Dari uraian diatas, digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti yaitu:

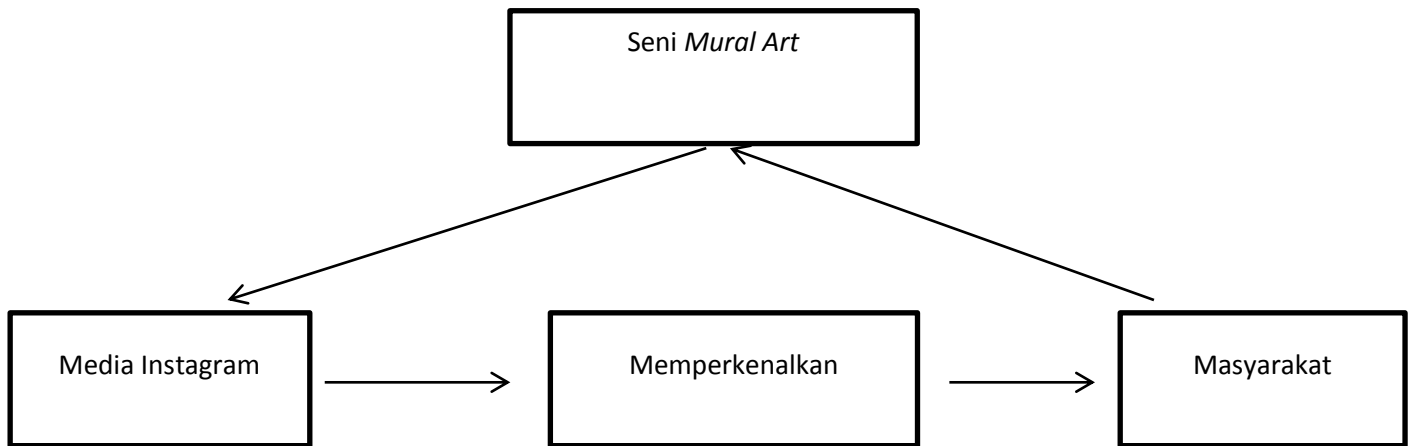
1. Komunikasi adalah Proses penyampaian pesan antara komunikator dengan komunikan baik melalui lisan ataupun tulisan sehingga terjadinya umpan balik (*feedback*) antara komunikator dan komunikan.
2. Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.
3. Teknologi komunikasi merupakan penerapan prinsip-prinsip keilmuan komunikasi untuk memproduksi suatu item material bagi efektivitas dan efisiensi proses komunikasi.
4. Internet dapat di definisikan sebagai: *a worldwide means of exchanging information and communicating through a series of interconnected computers* (suatu metode yang mendunia untuk saling tukar menukar informasi dan berkomunikasi melalui komputer yang saling terkoneksi).
5. Media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Dalam ilmu komunikasi, media bisa diartikan sebagai saluran, sarana penghubung dan alat-alat komunikasi.
6. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagai foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.
7. Komunitas merupakan sebuah kelompok yang di dalamnya terdiri atas orang-orang yang memiliki karakteristik yang sama dan mendiami

lokasi tertentu serta biasanya terkait dengan kepentingan yang sama pula.

8. Ujung pensil adalah salah satu kumpulan orang-orang yang ahli di bidang seni *Mural art*.

9. kreativitas adalah kemampuan individu untuk menghasilkan sesuatu (hasil) yang baru atau asli atau pemecahan suatu masalah.

D. Kerangka Konsep



E. Kategorisasi

Kategorisasi di artikan sebagai salah satu tumpukan dan seperangkat yang di susun atas dasar fikir, istitusi, dan kriteria tertentu, Nawawi (2005 : 2052).

Konsep	kategorisasi
Efetivitas Media Sosial Instagram	1. Sikap Positif

Dalam Memperkenalkan Seni <i>Mural Art</i>	2. Kesamaan 3. Kreativitas 4. Pesan
--	---

1. Sikap Positif

Sikap yang ditunjukkan atau respon dari pengikut akun instagram terhadap unggahan pada akun @ujung_pensil

2. Kesamaan

Komunikasi dalam memperkenalkan seni *Mural Art* melalui media instagram akan lebih efektif apabila adanya kesamaan dari dan terhadap orang-orang yang berkomunikasi.

3. Kreativitas

Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, dalam bentuk ciri-ciri *aptitude* maupun *non aptitude*, dalam karya maupun kombinasi.

4. Pesan

Yang menjadi pesan dalam penelitian ini adalah memperkenalkan seni *Mural Art* dan segala sesuatu yang layak untuk dipublikasikan kepada masyarakat.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk kelancaran dalam penelitian pelaksanaan kegiatan penelitian, peneliti merasa perlu memperoleh data-data yang dapat memudahkan peneliti melakukan penelitian. Sumber penelitian ini didapatkan melalui data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Merupakan data yang berdasarkan pada pemilihan langsung pada objek yang diteliti. Untuk memperoleh data primer dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Observasi, yaitu pengamatan secara langsung terhadap objek peneliti yang sedang diteliti atau melihat apa saja yang terjadi terhadap objek yang sedang diteliti tersebut.
- b. Wawancara, yang mendalam (Deep interview) yakni metode untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan yang sudah disusun kepada informan-informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan-bahan berupa : buku, jurnal, makalah, artikel, dan berbagai tulisan lainnya yang menyangkut dengan penelitian ini.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah pengujian sistematis dari sesuatu untuk menetapkan bagian-bagiannya, hubungan antar kajian, dan hubungannya terhadap keseluruhannya spradley (1980) (Gunawan, 2013: 210). Dan suatu uraian dasar dalam penelitian ini teknik penelitian yang digunakan oleh penulis adalah teknik analisis kualitatif, yaitu data yang diperoleh melalui kumpulan data lalu kemudian akan diinterpretasikan sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan uraian secara deskriptif.

Dalam penelitian analisis data dan pengolahan data sebagai berikut :

1. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.
2. Reduksi data/pembentukan abstraksi dengan data yang ada seperti observasi, wawancara dan inti sari dokumen.
3. Klasifikasi data yaitu mengelompokkan data dan dipilah-pilah sesuai dengan jenisnya.
4. Penyajian data melalui proses pencatatan, pengetikan, penyuntingan dan disusun kedalam bentuk teks yang diperluas.
5. Penarikan kesimpulan atau verifikasi.

H. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Yang menjadi lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah base camp komunitas *UJUNG PENSIL* yang terletak di Jl. Sei blutu . Medan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan sejak bulan Juni sampai dengan bulan Agustus 2016.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian dilakukan guna menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan. Maka dari itu dalam hal ini peneliti menggunakan metode wawancara untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Dan metode wawancara sudah pasti melibatkan narasumber didalam pelaksanaannya. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari lima orang yaitu; seorang pendiri komunitas ujung pensil yang juga merangkap sebagai pengelola akun instagram @ujung_pensil, dua orang anggota aktif komunitas ujung pensil, dan dua orang pengikut akun instagram @ujung_pensil.

Setelah melakukan wawancara dengan narasumber yang telah ditentukan sebelumnya, maka berikut ini adalah hasil penelitian yang berupa daftar pertanyaan dan jawaban dari narasumber wawancara:

- Narasumber I

Nama : Yusuf (Ucup)

Usia : 21

Peran : Pendiri sekaligus pengelola akun instagram
@ujung_pensil

1. Kapan awalnya instagram digunakan oleh komunitas ujung pensil sebagai media pengenalan seni mural?

Jawaban : “Instagram komunitas ini sudah aktif sejak tahun 2015 sekitar bulan oktober sampai dengan sekarang.”

2. Faktor apa yang mendasari dipilihnya media sosial instagram sebagai media pengenalan seni mural di komunitas ujung pensil?

Jawaban : “Komunitas kami yaitu komunitas ujung pensil merupakan komunitas yang menaungi orang-orang yang memiliki ketertarikan terhadap gambar seperti ilustrasi, sketsa dan seni mural, nah instagram merupakan media sosial yang berisikan postingan gambar dan video yang dapat dilihat seluruh manusia di muka bumi yang jelas dapat membantu komunitas kami dalam menyebarkan karya-karya kami.”

3. Apa tujuan utama digunakannya Instagram dalam komunitas ujung pensil?

Jawaban: “Instagram kami pergunakan untuk saling berbagi informasi, memperlihatkan karya-karya kami dan tentunya agar komunitas dan karya-karya kami dapat dikenal di masyarakat luas.”

4. Siapa yang menentukan tampilan akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Yang menentukan tampilan ya bisa dibilang kami para pendirinya, dan sesuai kebutuhan juga semisal ketika ada acara-acara yang melibatkan kami atau acara yang kami adakan sendiri biasanya tampilan disesuaikan dengan acara tersebut.”

5. Dari mana saja materi untuk bahan unggahan di akun instagram @ujung_pensil di dapat?

Jawaban : “Materi untuk diunggah biasanya dari karya-karya teman-teman di komunitas yang mempunyai nilai seni yang baik, dan materi-materi berupa flyer acara-acara itu biasanya dari panitia yang mengadakan acaranya”.

6. Informasi atau pesan atapa yang paling umum di publikasikan di akun instagram komunitas ujung pensil?

Jawaban: “Yang paling umum biasanya kegiatan komunitas, gambar-gambar hasil dari karya teman-teman di komunitas, serta acara-acara yang melibatkan komunitas kami.”

7. Apakah ada pesan-pesan khusus dalam proses mengenalkan seni mural melalui instagram?

Jawaban: “Tentu ada, kami selalu berusaha untuk menyampaikan pesan-pesan yang diharapkan mampu untuk menarik minat masyarakat agar dapat mengenal mural lebih jauh atau paling tidak pesan yang disampaikan mampu menghasilkan tanggapan yang baik dari pengikut akun @ujung_pensil ini.”

8. Apakah anda sebagai pengelola akun instagram sering atau rutin melakukan interaksi dengan pengikut akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Tentu, setiap ada pengikut yang bertanya tentang gambar atau apa saja selama bisa dan pertanyaannya atau tanggapannya layak untuk dibalas, pasti kita balas.”

9. Tanggapan apa yang paling sering diterima dari pengikut akun instagram setelah anda mengunggah sebuah gambar atau video?

Jawaban: “Tanggapan pengikut umumnya positif, kebanyakan memuji karya kami, dan bertanya-tanya tentang gambar termasuk mural.”

10. Menurut anda, apakah instagram sudah mampu untuk mengenalkan dan menyampaikan pesan dan tujuan komunitas ujung pensil terutama dalam mengenalkan seni mural?

Jawaban: “Instagram sangat mampu dalam mengenalkan karya kami, terlebih instagram merupakan media sosial yang fokus kepada konten yang berupa gambar, jadi selaras dengan keberadaan komunitas kami yang berisikan orang-orang yang senang menghasilkan karya dalam bentuk gambar.”

11. Apakah ada program evaluasi rutin untuk menilai tingkat keberhasilan instagram sebagai media pengenalan seni mural?

Jawaban: “Untuk evaluasi sendiri kami belum berfikir kesitu, karena kami bukan lembaga yang sifatnya komersil ataupun resmi. Mungkin hanya melihat seberapa banyak followers yang meningkat setiap harinya dan memilah-milah mana gambar atau video yang layak dan tidak layak untuk di unggah.”

12. Dampak apa yang paling signifikan dirasakan oleh komunitas jika dibandingkan antara sebelum dan sesudah menggunakan instagram?

Jawaban: “Dampaknya banyak, kami lebih dikenal, kemudian banyak juga yang tertarik bergabung di komunitas kami setelah melihat akun instagram kami, bahkan banyak teman-teman yang mendapatkan penghasilan dari menggambar yang mana informasinya di dapat dari instagram.”

13. Menurut anda, seberapa penting keberadaan Instagram bagi komunitas ujung pensil?

Jawaban: “Bagi komunitas kecil seperti kami, instagram jelas sangat membantu untuk perkembangan komunitas kami ini, mungkin jika tidak ada media sosial terutama instagram komunitas kami ini hanya akan jalan di tempat, jika berkembang pun mungkin akan butuh usaha keras dan waktu yang lama

14. Kendala apa yang anda rasakan sebagai seorang admin dan pendiri dalam pengaplikasian instagram sebagai media pengenalan seni mural?

Jawaban: “Kendalanya mungkin di waktu, karena kami semua punya kegiatan masing-masing diluar komunitas ini, jadi untuk rutin mengurus instagram itu agak susah waktunya.”

15. Menurut anda, apakah penggunaan instagram sudah mampu memenuhi kategori efektif dalam mengenalkan seni mural?

Jawaban: “Jelas sangat efektif, bahkan tidak hanya efektif namun juga efisien, baik itu dari segi waktu serta biaya. Kami sangat tertolong dengan adanya instagram.”

- Narasumber II

Nama :Nawawi (Awi)

Usia : 21

Peran : Anggota Komunitas Ujung Pensil

1. Apakah benar anda adalah anggota aktif di komunitas ujung pensil?

Jawaban: “Ya, benar saya merupakan anggota aktif komunitas ini”.

2. Sudah berapa lama anda menjadi anggota di komunitas ujung pensil?

Jawaban: “Saya sudah menjadi anggota sejak tahun 2015, setelah beberapa bulan komunitas ini berdiri lalu saya masuk.”

3. Menurut anda, apakah instagram sudah tergolong mampu untuk menjadi media pengenalan seni terutama mural?

Jawaban: “Saya rasa cukup mampu, karena instagram juga merupakan media yang fokus ke gambar, jadi sangat membantu dalam mengenalkan mural itu sendiri.”

4. Apa dampak yang paling signifikan anda rasakan jika dibandingkan antara sebelum dan sesudah menggunakan akun instagram sebagai media mengenalkan seni mural?

Jawaban: “Dampak yang paling signifikan mungkin dari segi antusiasme teman-teman yang makin hari makin meningkat setelah lihat instagram dari kami sendiri maupun instagram komunitas.”

5. Apakah anda pernah mendapati pengikut di akun instagram anda yang juga merupakan pengikut akun instagram @ujung_pensil??

Jawaban: “Tentu pernah, bahkan sampai ada yang menawarkan pekerjaan kepada saya yang awalnya dia melihat akun komunitas lalu tertarik dengan akun pribadi saya.”

6. Menurut anda, apa saja yang harus diperbaiki dari akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Yang harus diperbaiki mungkin agar lebih sering mengunggah gambar aja sih atau video juga, jadi akun instagramnya juga makin lebih dikenal orang banyak yang pastinya nanti akan ada efeknya untuk komunitas dan anggotanya juga.”

7. Menurut anda, apakah keberadaan instagram sudah cukup mampu untuk digolongkan dalam kategori efektif terkait mengenalkan seni mural?

Jawaban: “Sangat efektif, kita jadi bisa mengunggah dan memperkenalkan mural dimana saja dan kapan saja selama masih terhubung dengan koneksi internet.”

- Narasumber III

Nama : ekky herindra

Usia : 22

Peran : Anggota Komunitas Ujung Pensil

1. Apakah benar anda merupakan anggota aktif di komunitas ujung pensil?

Jawaban: "Iya benar."

2. Sudah berapa lama anda menjadi anggota di komunitas ujung pensil?

Jawaban: "Saya aktif di komunitas ini sejak awal 2016 kira-kira bulan Februari."

3. Menurut anda, apakah instagram sudah tergolong mampu untuk menjadi media pengenalan seni terutama mural?

Jawaban: "jika hanya digolongkan mampu mungkin sudah mampu, bahkan saya rasa juga sangat mampu ya. Instagram itu kan kontennya lebih ke gambar dan video jadi selaras dengan konsep mural dan seni lain di komunitas ujung pensil yang merupakan seni gambar atau lukis."

4. Apa dampak yang paling signifikan anda rasakan jika dibandingkan antara sebelum dan sesudah menggunakan akun instagram sebagai media mengenalkan seni mural?

Jawaban: "Dampak yang paling signifikan mungkin lebih dikenal, jadi banyak yang tertarik gabung ke komunitas setelah ada akun

instagram komunitas, dan saya juga kebetulan sering mengunggah foto-foto mural di akun instagram pribadi saya.”

5. Apakah anda pernah mendapati pengikut di akun instagram anda yang juga merupakan pengikut akun instagram @ujung_pensil??

Jawaban: “Pasti ada ya, yang pasti mungkin teman-teman di komunitas. Teman-teman saya juga banyak yang tertarik tentang seni mural dan gambar juga jadi tertarik mengikuti akun instagram komunitas ujung pensil. Terlebih lagi di akun @ujung_pensil itu kan banyak informasi tentang acara-acara yang akan berlangsung, jadi saya kira banyaklah manfaatnya.”

6. Menurut anda, apa saja yang harus diperbaiki dari akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Mungkin saran saya untuk lebih sering *update* aja, dan dibuat lebih menarik aja sih akunnya.”

7. Menurut anda, apakah keberadaan instagram sudah cukup mampu untuk digolongkan dalam kategori efektif terkait mengenal;kan seni mural?

Jawaban: “Efektif jelas iya, bahkan efisien juga baik itu dari segi waktu, bahkan biaya juga.”

- Narasumber IV

Nama : wirananda azhari

Usia : 20

Peran :Pengikut akun instagram
@ujung_pensil

1. Apakah benar anda merupakan pengikut akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Iya benar saya mengikuti akun tersebut.”

2. Sudah berapalama anda menjadi pengikut akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Beberapa bula yang lalu kira-kira 5 bulan yang lalu saya mem-follow akun ini.”

3. Mengapa anda tertarik mengikuti akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban : “Saya tertarik karena nggak sengaja waktu itu ngelihat gambar yang saya rasa bagus sekali, jadi saya semenjak itu jadi sering mencari tahu tentang gambar-gambar itu dan tertariklah saya untuk mengikuti akun instagram @ujung_pensil ini.”

4. Bagaimana penilaian anda terkait gambar atau video yang di unggah di akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Bagus sih gambar-gambarnya, banyak informasi juga yang saya dapat dari akun ini, jadi banyak manfaatnya juga, apalagi

kadang selagi suntuk liat-liat gambar atau cari-cari info tentang acara-acara anak muda di Medan ini bisa dari akun ini juga.”

5. Menurut anda, apakah tampilan dan isi dari akun instagram @ujung_pensil sudah cukup mampu untuk mengenalkan seni gambar terutama mural kepada anda?

Jawaban: “Saya kira mungkin kalau untuk sekedar tahu bahwa ini seni mural itu sudah cukup mampu mengenalkannya tapi mungkin bisa diberitahu tentang tekni-tekniknya, atau apa mungkin untuk mengetahui itu saya harus gabung ke komunitas saya rasa ya.”

6. Apakah gambar dan video yang di unggah di akun instagram @ujung_pensil membuat anda lebih tertarik mengenal seni mural?

Jawaban: “Ya tentunya, gambar yang bagus membuat saya juga mempunyai keinginan untuk bisa membuatnya, mungkin nanti saya akan gabung ke komunitas, hanya saja saya masih kurang percaya diri karena belum bisa menggambar dengan cukup baik.”

7. Apa saja manfaat yang anda rasakan setelah mengikuti akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Manfaatnya banyak ya, saya melihat banyak gambar yang bisa jadi bahan belajar saya, gambar-gambar yang di unggah juga banyak yang mengandung pesan-pesan yang sebenarnya seperti teka-teki. Banyak info tentang acara-acara yang akan diselenggarakan dalam waktu dekat.”

8. Apakah ada pesan-pesan khusus terkait pengenalan mural oleh komunitas ujung pensil melalui akun instagram @ujung_pensil yang bisa anda cerna?

Jawaban: “Tentu ada, pesan-pesan pada kolom komentar atau keterangan foto menjadikan saya tahu lebih banyak, tidak hanya dari gambar namun dilengkapi juga dengan keterangannya. Karena terkadang pesan yang ada pada gambar masih sulit untuk ditebak isinya jika tidak dilengkapi keterangannya.

9. Apakah ada pengaruh yang ditimbulkan setelah anda mendapat dan mencerna pesan tersebut?

Jawaban: “Ya jelas saya menjadi lebih tertarik, bahkan saya pernah mencoba meniru gambar yang ada di akun ujung pensil untuk menjadi bahan pembelajaran saya”.

10. Menurut anda, hal apa saja yang harus dibenahi dari akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Lebih sering posting gambar aja sih, dan juga bisa diberitahu teknik-tekniknya mungkin melalui video singkat.”

- Narasumber V

Nama : Reza Syahputra

Usia : 20

Peran : Pengikut akun instagram
@ujung_pensil

1. Apakah benar anda merupakan pengikut akun instagram
@ujung_pensil?

Jawaban: “Ya saya mengikuti akun ini.”

2. Sudah berapa lama anda menjadi pengikut akun instagram
@ujung_pensil?

Jawaban: “Sekitar 3 atau 4 bulan saya kurang ingat.”

3. Mengapa anda tertarik mengikuti akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban : “Awalnya saya tahu dari temn saya yang anggota komunitas ini, karena saya rasa isinya bagus jadi saya mengikuti juga.”

4. Bagaimana penilaian anda terkait gambar atau video yang di unggah
di akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Bagus ya isinya, banyak yang bisa dijadiin referensi, mulai dari gambar sketsa, design-design baju, mural juga banyak yang bagus-bagus gambarnya.”

5. Menurut anda, apakah tampilan dan isi dari akun instagram
@ujung_pensil sudah cukup mampu untuk mengenalkan seni
gambar terutama mural kepada anda?

Jawaban: “Untuk mengenalkan saya rasa sudah cukup mampu, buktinya saya yang dari tidak tahu menjadi tahu, mungkin dari segi edukasinya aja harus lebih ditambahin lagi materinya.”

6. Apakah gambar dan video yang di unggah di akun instagram @ujung_pensil membuat anda lebih tertarik mengenal seni mural?

Jawaban: “Iya, apalagi setelah tahu mural juga bisa jadi peluang bisnis yang bagus dan bisa menghasilkan, jadi saya tertarik untuk mengenal lebih dalam, tapi untuk sekarang gambar saya masih jelek hehehe.”

7. Apa saja manfaat yang anda rasakan setelah mengikuti akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Saya banyak dapat contoh gambar bagus ya, info-infonya juga *update*, jadi nggak ketinggalan kalau ada acara-acara keren.”

8. Apakah ada pesan-pesan khusus terkait pengenalan mural oleh komunitas ujung pensil melalui akun instagram @ujung_pensil yang bisa anda cerna?

Jawaban: “Umumnya ada, seperti pesan-pesan pada *caption* gambar, atau pesan-pesan sindiran yang terdapat pada gambar ya semacam itulah, namun terkadang ada juga pesan yang tidak mampu saya mengerti, entah mungkin memang bahasanya yang memang bahasa seni atau apa saya tidak tahu.”

9. Apakah ada pengaruh yang ditimbulkan setelah anda mendapat dan mencerna pesan tersebut?

Jawaban: “Ya, hal-hal semacam itu merupakan sesuatu yang unik bahkan terkadang lucu, jadi ya bisa menghibur juga. Dan bahkan bisa menjadi inspirasi juga untuk kita gambar-gambarnya.”

10. Menurut anda, hal apa saja yang harus dibenahi dari akun instagram @ujung_pensil?

Jawaban: “Dibuat lebih menarik aja lagi, mungkin dari gambarnya diwarnain yang menarik, dan lebih sering update aja, karena saya juga kan masih perlu banyak contoh gambar untuk belajar.”

B. Pembahasan

Pembahasan merupakan kelanjutan dari wawancara yang telah dilakukan dan diuraikan hasilnya di bagian sebelumnya. Berdasarkan hasil wawancara dan dengan menelaah jawaban dari para narasumber bahwa benar adanya instagram merupakan media yang sangat efektif untuk mengenalkan seni mural dan menarik minat masyarakat khususnya pengguna instagram terhadap keberadaan seni mural. Hal ini dapat dilihat dan dibuktikan dari:

1. Sikap Positif

Salah satu hal yang pertama kali menjadi tujuan atau menjadi indikator baik atau tidaknya suatu komunikasi berlangsung adalah adanya sikap positif atau tanggapan yang baik dari komunikan ketika menerima dan membalas pesan. Sebagai komunitas yang bergerak dibidang seni gambar, lukis dan mural, tentunya tidak mudah bagi komunitas ujung pensil untuk mampu masuk ke semua golongan masyarakat terlebih lagi untuk mendapat respon yang baik dari masyarakat itu sendiri.

Sikap positif dan tanggapan yang baik dari masyarakat juga merupakan awal yang menjadi pembuka jalan bagi komunitas ujung pensil untuk mengenalkan seni yang mereka geluti sebelum nantinya mampu menarik minat masyarakat untuk tertarik dengan hasil karya anggotanya. Begitu pula di dunia maya khususnya instagram yang saat ini sedang sangat digandrungi masyarakat terutama remaja.

Penggunaan instagram sebagai media mengenalkan seni mural terbukti mampu dengan baik untuk mendapatkan sikap positif masyarakat penggunanya. Terlebih lagi karya-karya dari anggota komunitas ujung pensil yang diunggah di akun instagram komunitas juga merupakan karya seni yang baik dan berkualitas. Tanggapan yang berupa pujian atau ketertarikan untuk ikut bergabung dan belajar menggambar tak jarang ditemui oleh pengelola akun instagram @ujung_pensil pada setiap komentar yang diberikan pengikut akun.

Kemudahan yang diberikan instagram serta singkatnya waktu yang ditempuh untuk bisa mendapatkan sikap dan tanggapan positif dari masyarakat jelas membuktikan bahwa instagram sangatlah efektif untuk mengenalkan seni mural.

2. Kesamaan

Keberadaan komunitas ujung pensil sebagai suatu komunitas yang bergerak dibidang seni gambar, lukis dan mural yang berisikan anak-anak muda yang memiliki pandangan dan ideologi berbeda-beda merupakan sesuatu yang bisa diibaratkan seperti dua mata pisau. Di satu sisi, perbedaan pandangan dan ideology tersebut adalah hal yang bisa menjadikan perpecahan diantara anak-anak muda tersebut, namun disisi lain hal ini dapat menjadi sesuatu yang sangat luar biasa jika para anak muda tadi memiliki wadah untuk saling menumpahkan kreasinya.

Berkaitan dengan hal tersebut, komunitas ujung pensil yang merupakan wadah bernaung para anak muda penggemar seni gambar, lukis dan mural menyadari betul akan peran dan fungsi yang dijalankannya. Banyaknya ideology di dalam bidang seni menjadikan komunitas sebagai wadah yang dinilai tepat untuk saling berkomunikasi.

Penggunaan media instagram dalam mengenalkan seni mural merupakan salah satu bentuk keperdulian komunitas ujung pensil untuk dapat mewadahi dan menampung aspirasi dari semua kalangan yang tertarik dan peduli akan seni gambar dan mural. Masih banyak orang yang tertarik, suka atau ingin mendalami seni lebih jauh namun tidak tahu harus memulai dari mana. Instagram disadari betul oleh komunitas ujung pensil sebagai media yang mampu menyatukan pandangan dan ideologi, mewadahi mereka yang tertarik akan mural namun masih terombang-ambing, bahkan menyatukan hati dan pikiran anggotanya untuk mencapai suatu tujuan yang sama.

Instagram sebagai media sosial jelas tidak lepas dari aspek komunikasi. Komunikasi yang terjalin dalam komunitas ujung pensil melalui komentar atau pesan pribadi antara pengelola akun dengan pengikutnya terbukti telah mampu membentuk suatu kesamaan pola pikir diantara keduanya yang tentunya akan menjadi suatu kesamaan pola pikir dengan anggota lainnya di dalam komunitas itu pula.

Adanya kesamaan pola pikir antara pengelola akun @ujung_pensil dengan pengikut akun tersebut yang terbangun atas dasar proses komunikasi baik itu verbal maupun melalui gambar atau simbol-simbol dapat kita lihat dari keberadaan anggota yang bergabung setelah membaca pesan-pesan baik yang terkandung dalam gambar maupun diluar gambar seperti keterangan gambar pada kolom komentar. Banyaknya pengikut yang menyatakan ketertarikannya juga merupakan suatu bukti bahwa telah terbentuk suatu pola pikir di dalam diri pengikut tersebut untuk mengarah kepada pola pikir dan minat yang sama dengan para anggota komunitas ujung pensil itu sendiri.

3. Kreatifitas

Komunitas ujung pensil menyadari bahwa bukanlah hal yang mudah untuk menimbulkan minat berkreasi dalam bidang seni gambar pada golongan kaum remaja dan anak-anak muda pada masa sekarang ini yang segala sesuatunya selalu berkaitan dengan teknologi seperti gadget atau smartphone, game-game elektronik seperti playstation dan lainnya.

Oleh sebab itu maka para pendiri komunitas ujung pensil berinisiatif untuk menggabungkan kedua aspek yakni seni dan teknologi masa kini. Hal tersebut diaplikasikan dengan keberadaan akun instagram milik komunitas ujung pensil yang berisikan gambar yang diharap mampu untuk paling tidak dilihat oleh para pengguna instagram khususnya remaja yang masih

bimbang akan jati dirinya dan masih harus dirangsang untuk menimbulkan kreatifitas dan minatnya.

Instagram sebagai media yang sedang sangat digandrungi oleh kaum remaja terbukti mampu memicu kreatifitas dan minat remaja-remaja tersebut untuk mencoba menggambar. Hal ini dapat dilihat dan dibuktikan dari adanya anggota yang bergabung dan bisa menggambar setelah melihat dan meniru gambar yang didapatkan dari akun instagram komunitas ujung pensil, banyak pula yang sekedar memberikan likenya pada setiap unggahan akun @ujung_pensil. Dan hal ini diharap dapat terus berkembang dan dapat menginspirasi lebih banyak orang lagi untuk terus berkreasi.

4. Pesan

Pesan merupakan aspek yang paling penting dalam proses komunikasi. Pesan yang baik akan menghasilkan efek timbale balik yang baik pula. Hal ini disadari betul oleh para anggota komunitas khususnya pengelola akun instagram komunitas ujung pensil. Pada media sosial instagram, pesan mampu menunjukkan bagaimana kualitas dan citra sang pemilik akun tersebut. Terlebih lagi akun instagram @ujung_pensil merupakan akun yang mewakili suatu komunitas yang sedang naik daun di bidangnya.

Setiap gambar haruslah mengandung pesan yang baik, begitu juga dengan keterangan foto serta dalam hal berbalas komentar haruslah menyampaikan pesan yang baik pula. Tak hanya melalui gambar atau mural,

postingan tentang acara-acara yang akan berlangsung juga merupakan pesan yang dirasa sangat bermanfaat oleh para pengikut akun milik komunitas ujung pensil ini. Jadi jelas instagram sangatlah efektif dalam menyampaikan pesan, baik itu pesan yang sifatnya terbuka, atau pesan yang tersembunyi. Dan pesan tersebut juga jelas dapat diterima dengan baik oleh para pengikut akun ini.

Dalam hal ini Instagram terbukti mampu untuk menjadi media penyampai pesan dari komunitas ujung pensil kepada masyarakat pengguna instagram, dapat kita lihat dari timbulnya minat pengikut untuk mencoba menggambar setelah melihat gambar mural yang di unggah di akun @ujung_pensil. Pesan yang disampaikan juga terbukti mampu untuk menghibur dan menarik perhatian para pengguna instagram.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah dilakukannya penelitian tentang efektifitas media sosial instagram dalam mengenalkan seni mural art pada akun instagram milik komunitas ujung pensil maka dapat diambil beberapa kesimpulan guna menyempurnakan dan melengkapi penelitian, serta dapat pula diperoleh beberapa saran yang kiranya mampu untuk dijadikan bahan pembelajaran bagi kita semua agar dapat mengelola sebuah akun instagram yang lebih baik lagi khususnya bagi pengelola akun instagram @ujung_pensil itu sendiri.

Berdasarkan data-data yang didapat selama masa penelitian dan yang telah di uraikan pada bagian sebelumnya, maka efektifitas media sosial instagram dalam mengenalkan seni mural art adalah sebagai berikut:

1. Komunitas ujung pensil adalah komunitas yang bergerak di bidang seni gambar, lukis, dan mural. Komunitas ini benar telah menggunakan instagram sebagai media untuk mengenalkan karya-karyanya khususnya mural kepada khalayak luas sejak tahun 2015 sampai dengan sekarang.
2. Instagram dianggap sebagai media yang sangat cocok oleh komunitas ujung pensil untuk mengenalkan seni yang sifatnya

gambar dikarenakan bidang instagram itu sendiri yang merupakan media sosial yang terfokus kepada gambar, foto dan video.

3. Penggunaan instagram tidak hanya sekedar untuk saling bertukar informasi atau pesan atau hanya sekedar berbagi gambar namun juga terdapat tujuan khusus yaitu mengenalkan seni mural art yang diharapkan mampu menari minat masyarakat khususnya kaum muda dan remaja untuk dapat mengenal mural lebih jauh.
4. Instagram terbukti mampu mengenalkan seni mural dengan baik kepada masyarakat pengguna instagram, hal ini terbukti dari adanya beberapa pengikut yang tertarik untuk mendalami seni mural dan tertarik untuk ikut bergabung kedalam komunitas setelah melihat akun instagram @ujung_pensil. Minat yang timbul dari dalam diri pengikut akun setelah melihat akun @ujung_pensil jelas merupakan salah satu bentuk tercapainya tujuan awal dibentuknya akun instagram ini.
5. Akun instagram yang bernama @ujung_pensil ini telah dirasakan manfaatnya oleh banyak orang, seperti anggota komunitas dan para pengikut akun instagram @ujung_pensil yang bukan merupakan anggota komunitas ujung pensil itu sendiri. Manfaat yang dirasakan oleh anggota komunitas antara lain meningkatnya popularitas anggota khususnya di dunia maya yaitu instagram seperti meningkatnya jumlah follower setelah gambarnya di unggah di akun komunitas dan adanya tawaran pekerjaan untuk menggambar setelah

akun instagram pribadinya di rekomendasikan oleh akun @ujung_pensil. Sementara bagi pengikut akun yang bukan anggota komunitas, banyak sekali manfaat yang bisa didapat setelah mengikuti akun @ujung_pensil seperti dari keadaan buta mural menjadi melek mural, mengetahui tata cara menggambar mural yang baik serta mendapatkan inspirasi untuk berkreasi khususnya di bidang gambar mural.

6. Pengikut akun @ujung_pensil juga merasa puas dan memuji isi serta tampilan akun instagram ini. Banyak pengikut yang merasa terbantu dengan adanya akun ini, seperti misalnya pengikut yang mencar referensi gambar melalui akun ini serta pengikut yang mendapatkan informasi tentang acara-acara anak muda yang akan berlangsung yang juga di unggah oleh pengelola akun @ujung_pensil tersebut.
7. Akun Instagram @ujung_pensil juga berperan dalam eksistensi seni mural dimasyarakat pada masa sekarang ini, banyaknya café atau restaurant yang memilih untuk mendekorasi ruangnya dengan mural juga merupakan bentuk meningkatnya eksistensi mural. Dan akun instagram @ujung_pensil juga turut serta memberikan peluang bagi anggotanya untuk mendapat pekerjaan. Akun @ujung_pensil berperan sebagai jembatan yang menghubungkan antara anggota yang memiliki karya yang layak dikomersilkan dengan para pemilik café atau restaurant yang berminat untuk mendekorasi ruangan café atau restaurannya dengan mural.

8. Pendiri dan anggota komunitas ujung pensil menilai instagram sangat efektif untuk difungsikan sebagai media mengenalkan seni mural art. Dampak yang dirasakan antara masa sebelum dan sesudah menggunakan instagram jelas menjadi indicator efektif atau tidaknya instagram sebagai media mengenalkan mural. Dan efektifitas tersebut terlihat dari dampak-dampak positif yang dirasakan para anggota, bahkan banyak yang menilai bahwa instagram juga mampu mencakup aspek efisien baik dari segi waktu dan biaya, mengingat komunitas ujung_pensil merupakan komunitas yang berisikan remaja dan banyak dari anggotanya merupakan mahasiswa.
9. Dari jawaban yang didapat dari wawancara dengan pendiri, pengelola, anggota dan pengikut akun instagram @ujung_pensil maka dapat penulis simpulkan bahwa instagram merupakan media sosial yang sangat efektif dalam mengenalkan seni mural art.

B. Saran

Setelah melakukan wawancara dengan narasumber, serta mendapatkan kesimpulan, penulis juga menemukan beberapa kekurangan yang kiranya dapat menjadi kritik yang membangun bagi pengelolaan akun instagram @ujung_pensil guna menjadi bahan perbaikan baik bagi pihak pengelola maupun bagi pembaca, termasuk juga bagi penulis sendiri.

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan penulis yang diambil dari hasil wawancara terutama wawancara dengan pengikut akun;

1. Akun instagram @ujung_pensil harusnya bisa lebih meningkatkan rutinitas mengunggah gambar, agar kebutuhan pengikut akan referensi gambar dapat dipenuhi. Sering atau tidaknya suatu akun dalam melakukan unggahan juga dapat mempengaruhi popularitas akun itu sendiri di instagram yang pasti akan berimbas kepada jumlah followers dan pada akhirnya diharapkan akan bisa menarik minat pengguna instagram untuk ikut bergabung menjadi anggota.
2. Konsep edukasi diharapkan bisa lebih ditambah lagi porsinya, seperti cara membuat mural yang baik, atau informasi tentang alat-alat membuat mural agar pengikut akun instagram dapat lebih mudah untuk sekedar mencoba dan belajar membuat mural yang sederhana.
3. Tampilan dan isi akun @ujung_pensil diharapkan juga bisa dibuat lebih menarik lagi. Seperti misalnya melakukan tanya jawab pada hari-hari atau jam-jam khusus, atau mengunggah gambar dan video unik atau lucu

yang dapat menarik perhatian, atau mungkin menggunakan hashtag-
hashtag yang memudahkan pengguna instagram untuk mencari dan
menemukan akun instagram @ujung_pencil.

4. Instagram merupakan media sosial yang umumnya penggunanya adalah kaum remaja, instagram juga bukan merupakan media yang dapat menjangkau semua golongan masyarakat, jadi ada baiknya juga jika komunitas ujung pencil juga melakukan publikasi di media lain seperti majalah remaja atau menjalin relasi dengan radio yang mendukung kreatifitas anak muda, agar komunitas ini dapat dikenal di semua golongan masyarakat. Sekalipun instagram sudah dirasa efektif, namun apapun itu pasti punya kekurangan dan kelemahan.
5. Ada baiknya pengelola akun instagram @ujung pencil melakukan evaluasi rutin untuk mengetahui tingkat keberhasilan penggunaan instagram baik sebagai media berbagi informasi maupun sebagai media yang diperuntukkan sebagai media pengenalan hasil-hasil karya anggota komunitas terutama mural. Hal ini dirasa perlu dilakukan karena instagram sebagai media sosial yang memiliki banyak manfaat juga memiliki kelemahan. Maka dari itu agar dapat meminimalisir kelemahan kiranya perlu dilakukan evaluasi rutin agar akun @ujung_pencil dan komunitas ujung pencil bisa berkembang ke arah yang lebih baik lagi serta semakin diminati masyarakat hasil-hasil karyanya.
6. Pengelola akun instagram @ujung_pencil diharapkan agar mampu menjalin komunikasi atau menanggapi tanggapan dan komentar-

komentar negative di instagram dengan baik dan bijak, karena di dalam kehidupan dunia maya terutama instagram, banyak dari penggunanya yang gemar mengganggu orang lain demi berbagai kepentingan. Sebagai akun milik sebuah komunitas diharapkan pengelola akun dapat menjaga bahkan diharapkan dapat menaikkan citra komunitas ujung pensil.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan, 2007; *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan*
- _____, 2009. *Sosiologi Komunikasi. Teori Pradigme dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Effendi Onong Uchjana, 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hermawan Agus, 2012. *Komunikasi Pemasaran*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Iriantara, Yosai. 2007. *Community Relations (Konsep dan Aplikasinya)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Liliweri Alo, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mardalis. 1990. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

_____. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Morissan, 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakasa.

Nawawi, Hadari. 1995. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.

Prisgunanto, Ilham. (2006). *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Papalia, Diane, Old, S. W., Feldman, R. D. (2008). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup

Rahmat, Jalaluddin, 2005. *Psikologi Komunikasi*,PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sarwono, S.W. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002. .



Unggul, Cerdas dan Terpercaya

Menjawab surat ini agar disebutkan
tanggal dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Nomor : 32 / KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2016
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 29 Syawal 1437 H
03 Agustus 2016 M

Kepada : Yth, Komunitas Ujung Pensil

Medan

di-

Tempat

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak / Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **AGUNG PRATAMA**
N P M : 1203110119
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2015 / 2016
Judul Skripsi : **EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM MEMPERKENALKAN SENI MURAL
ART(Studi Deskriptif Pada KomunitasUjung Pensil)**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan



Des. TASRIF SYAM.,M.Si



KOMUNITAS UJUNG PENSIL
Jl. Sei blutu No.222 Medan Sumatera Utara

Medan, 08 Agustus 2016

SURAT KETERANGAN

Berdasarkan surat riset yang di tujukan kepada Komunitas Ujung Pensil maka dengan ini saya selaku Ketua Komunitas Ujung Pensil menerangkan bahwa :

Nama : Agung Pratama
NPM : 1203110119
Program Studi : Ilmu komunikasi
Semester : IX TA. 2016/2017
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Bahwa benar nama tersebut diatas, telah melakukan penelitian dan pengumpulan data untuk penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian Program Studi jenjang Strata I pada Komunitas Ujung Pensil, selama 7 hari sejak tanggal 08 Agustus 2016 s.d 15 Agustus 2016.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 08 Agustus 2016
Ketua Ujung Pensil



Ficky Yusuf Hamidullah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Agung Pratama
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tanggal Lahir : Pasaman/08 Agustus 1994
Status Perkawinan : Belum Menikah
Agama : Islam
Alamat : Perumahan bergam.Jl. Bantara Raya no. 222,
BINJAI

STATUS KELUARGA

Nama Ayah : Ir.Suliono
Nama Ibu : Zairita Nst
Pekerjaan Ayah : Pegawai Swasta
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

STATUS PENDIDIKAN

2000-2006 : SD Alwasliyah Belawan
2006-2009 : SMP Hangtuah 1 Belawan
2009-2012 : SMK Tunas Pelita Binjai
2012-2016 : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu
Komunikasi Konsentrasi Humas Universitas
Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.
Terimakasih.

Pennis



Agung Pratama