

**FACEBOOK SEBAGAI SARANA
PERTUKARAN INFORMASI FOTOGRAFI**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada akun *Facebook* Komunitas Fotografer Jalanan
Indonesia)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk memenuhi sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Mahendra Adi Wijaya

NIM. 10730064

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2014



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp (0274)585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama mahasiswa : Mahendra Adi Wijaya
Nomor Induk : 10730064
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising* (Periklanan)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 1 Oktober 2014



Yang menyatakan

Mahendra Adi Wijaya
NIM.10730064



NOTA DINAS PEMBIMBING

UIN.02/KP 073/ PP. 09/23 /2014

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Mahendra Adi Wijaya
NIM : 10730064
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul : *Facebook* Sebagai Sarana Pertukaran Informasi
Fotografi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Aku
Facebook Komunitas Fotografer Jalan
Indonesia)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

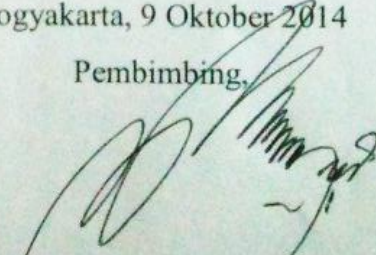
Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Oktober 2014

Pembimbing,


Mokh. Mahfud, S.Sos.I, M.Si
NIP. 19770713 200604 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/1233/2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : FACEBOOK SEBAGAI SARANA PERTUKARAN
INFORMASI FOTOGRAFI (Studi Deskriptif Kualitatif
pada akun Facebook Komunitas Fotografer Jalanan
Indonesia)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Mahendra Adi Wijaya
NIM : 10730064

Telah dimunaqosyahkan pada : Selasa, tanggal: 21 Oktober 2014
dengan nilai : 80 (B+)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Mokh. Mahfud, S.Sos.I., M.Si
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji I

Dra. Hj. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si
NIP. 19610816 199203 2 003

Penguji II

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos., M.Si
NIP. 19750307 200604 2 001

Yogyakarta, 29 Oktober 2014
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



H. Dudung Abdurahman, M.Hum
NIP. 19630306 198903 1 010

Motto

“Selama mataku masih hitam, aku tak akan kalah”

“Jika kamu yakin, maka Allah akan mewujudkan keyakinan itu”

WIRA ANANTA RUDIRA, TABAH SAMPAI AKHIR!!!



Halaman Persembahan

KUPERSEMBAHKAN KARYAKU
UNTUK ALMAMATER TERCINTA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan karunia iman dan taqwa. Shalawat serta salam kepada Rasulullah SAW, pembawa risalah dan hidayah. Setelah melalui proses yang melelahkan, akhirnya pengerjaan skripsi ini dapat diselesaikan. Karunia kesehatan, semangat, serta dorongan senantiasa tercurah dari berbagai pihak kepada penulis guna kelancaran proses skripsi. Dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan banyak terima kasih atas kepada pihak-pihak tersebut dalam penulisan skripsi.

1. Bapak Prof. Dudung Abdurahman selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. H. Bono Setyo, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas bantuan dan kemudahan urusan yang diberikan kepada penulis.
3. Ibu Yani Tri Wijayanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis. Terima kasih atas bimbingan, arahan, dukungan, ilmu dan waktu selama ini.
4. Bapak Mokhamad Mahfud, S.Sos.I, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis. Terima kasih atas bimbingan, arahan, masukan serta bantuan dalam pengerjaan skripsi.
5. Seluruh dosen, staf Ilmu Komunikasi dan staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, beserta seluruh bantuan dan waktunya selama ini.

6. Kedua orang tuaku tercinta, Yuni Purnamasari dan Agoes Laksmianto. Adikku Indah Laksmitasari, Dek Budiman, Art Sinta Puspaningrum, Fadhil Hassan Al Rafli E.S. Terima kasih motivasi, dukungan dan doanya. You raise me up to more than i can be!
7. Sahabat super (alm) Widedi Cahyono, Opik, Nico, Tomi, Bardoe, Hoix, Kim, Aan, Bian, Nahen, David, Ryan, Epen, Dani, Endah. Grazie !!!
8. Seluruh keluarga Besar Ilmu Komunikasi 2010, Advertising 10, korps KKN 80GK6, SOS3, IMPACT yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Komunitas Fotografi Jalanan Indonesia, terima kasih atas kesempatan dan bantuan yang diberikan kepada peneliti.
10. Seseorang yang selalu menjadi motivasi terbesar dalam setiap langkah penulis, you are the apple of my eyes.
11. Terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu dalam proses pengerjaan skripsi.

Demi kesempurnaan karya ini, penulis mengharapkan sumbangan kritik dan saran dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf atas segala kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat untuk semua pihak dan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 1 Oktober 2014

Penyusun

Mahendra Adi Wijaya

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan	ii
Nota Dinas	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Abstract	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	7
D. TINJAUAN PUSTAKA	9
E. LANDASAN TEORI	11
1. Komunikasi	11
2. Teori <i>New Media</i>	14
3. <i>Facebook</i>	19
4. Informasi Fotografi	23
F. KERANGKA BERPIKIR	28
G. METODE PENELITIAN	28
1. Jenis Penelitian	28
2. Subyek dan Obyek Penelitian	29
3. Jenis Data	30
4. Teknik Pengumpulan Data	31
5. Metode Analisis Data	33

6. Metode Keabsahan Data	34
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. KOMUNITAS FOTOGRAFER JALANAN INDONESIA	36
1. Profil Komunitas	36
2. Sejarah	37
3. Struktur Organisasi	38
4. Tujuan	40
5. Sifat dan Status	40
6. Logo	40
B. GRUP <i>FACEBOOK</i> KOMUNITAS	42
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. KARAKTERISTIK SUBYEK PENELITIAN	46
B. HASIL PENELITIAN	47
1. Proses Komunikasi	47
2. Penggunaan <i>New Media Communication</i> oleh komunitas Fotografer Jalanan Indonesia	51
3. Pesan Yang Dipertukarkan Dalam <i>Facebook</i>	65
C. ANALISA HASIL PENELITIAN	78
BAB IV PENUTUP	
A. KESIMPULAN	84
B. SARAN	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

Tabel. 1

Data Pribadi Informan 47



DAFTAR GAMBAR

Gambar.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar.2 Logo Fotografer Jalanan Indonesia	36
Gambar.3 Struktur Kepengurusan Fotografer Jalanan Indonesia periode 2014-2015	39
Gambar.4 Tampilan Grup <i>Facebook</i> Fotografer Jalanan Indonesia	42
Gambar.5 Unsur Komunikasi dalam Grup Fotografer Jalanan Indonesia	49
Gambar.6 Posting Avin	55
Gambar.7 Tampilan <i>Facebook</i> versi <i>dekstop</i>	57
Gambar.8 Tampilan <i>Facebook</i> versi <i>mobile</i>	57
Gambar.9 Posting Suwandi Lausu	61
Gambar.10 Pertukaran Informasi Fotografi	63
Gambar.11 Tampilan Beranda Sebuah Akun	67
Gambar.12 Interaksi Dalam Sebuah Posting	68
Gambar.13 Konten Foto <i>Landscape</i>	74
Gambar.14 Foto Siluet	76
Gambar.15 Foto Flora	77

ABSTRACT

This purpose of this research to describe and analyses about interaction about photograph with Facebook. This research using qualitative approach. And used qualitative approach with descriptive methods. Techniques used for collecting data are interview, observation, literature study and documentary

Development of communication technology has become new life form of new media communication. One of the most populer social media in our time is Facebook. With just Facebook we can interaction with many people around the world. Make a new friend and share profile information. Community of “Fotografer Jalanan Indonesia” or FJI wield Facebook as a media to share some information for each other member about photograph. Every content and post have past regulation to purpose a better information for a member of FJI.

The conclusion of this research is generate if Facebook as a good media to share some information for each other member about photographExchange of this information are a life form alternative education and alternative media. When a social media has become one of solution to handle many problem. Include very expensive education in our time.

Keyword: Facebook, Photography, Fotografer Jalanan Indonesia

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Teknologi informasi yang berkembang pesat pada awal abad 21 telah menandai munculnya sebuah era baru komunikasi juga teknologi informasi. Disebut sebagai *new wave technology*, merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dan kelompok. *New wave technology* didukung oleh perangkat informasi yang semakin canggih sehingga memunculkan gelombang revolusi teknologi baru. Kekuatan utama dari *new wave technology* ada pada perangkat informasi baru seperti komputer, *handphone*, serta akses internet murah. Seperti yang telah diungkapkan diatas, salah satu media yang disebut *new wave technology* ini adalah internet. Pintu yang dapat diakses menuju jagad raya konten dalam *cyberspace* (McQuail, 2011:118).

Salah satu produk layanan yang lahir berkat adanya akses internet adalah jejaring sosial. Jejaring sosial seakan memperkuat kedudukan internet sebagai *new media communication*, dimana jarak seakan tidak lagi terlihat, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu singkat. Dengan kata lain, masing-masing penemuan media baru diharapkan dapat memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia (Nurudin, 2012:25). Pada awal kemunculannya, jejaring sosial merupakan sebuah layanan jaringan atau situs yang memfasilitasi jaringan sosial yang memiliki

ketertarikan atau aktivitas yang sama. Sederhananya, perkembangan media baru—termasuk jejaring sosial—dapat ditunjukkan dengan munculnya masyarakat maya (*virtual/cyber community*). Nurudin (2012:41) mengartikan masyarakat maya sebagai sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindra melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas.

Di Indonesia sendiri, jejaring sosial sudah menyita perhatian masyarakat serta memiliki tempat tersendiri dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa jejaring sosial yang populer digunakan adalah *Friendster*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Blogger*. *Facebook* menjadi salah satu jejaring sosial yang amat populer di Indonesia dan masih eksis sampai saat ini. Pada prinsipnya, penggunaan *Facebook* hampir sama dengan *Friendster*. Perbedaannya, *Facebook* tampil dengan memiliki banyak aplikasi dan menu yang lengkap serta menarik. Seperti tempat untuk beriklan (*market place*), agenda, video, gambar, musik serta komunitas atau grup. Hal inilah yang menjadi salah satu daya tarik *Facebook* dibanding dengan jejaring sosial lainnya.

Berdasarkan data tahun 2013 yang berasal dari Webershandwick, perusahaan *public relations* dan pemberi layanan jasa komunikasi, untuk wilayah Indonesia ada sekitar 65 juta pengguna *Facebook* aktif. Sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* per harinya

[\(http://harianti.com/ini-data-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia/\)](http://harianti.com/ini-data-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia/).

Hasil analisis lain yang ditampilkan oleh situs SocialBakers.com menunjukkan bahwa pengguna *Facebook* di Indonesia didominasi oleh mereka yang berusia antara 18-24 tahun pada posisi pertama dan 25-34 tahun di urutan kedua. Sementara dari jenis kelaminnya, pengguna *Facebook* di Indonesia didominasi oleh pria dengan persentase sebesar 59 persen dan sisanya wanita (<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>).

Pada tahun 2013, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dengan Badan Pusat Statistik (BPS) melakukan penelitian tentang Penggunaan dan Penyerapan Sarana Komunikasi dan Teknologi Informasi (P2SKTI). Hasil dari penelitian P2SKTI, ditemukan beberapa data pemanfaatan akses internet di 33 Provinsi di Indonesia yang menyangkut industri dan rumah tangga/konsumen perorangan. Dari sisi pemanfaatan, ternyata *e-mail* (mengirim dan menerima) menduduki posisi teratas (95,75%), kedua internet dimanfaatkan untuk mencari berita/informasi (78,49%), ketiga mencari barang/jasa (77,81%), keempat informasi lembaga pemerintahan (tender) sebesar (65,07%), kelima untuk sosial media (61,23%) (<http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/213/press-release-profil-terkini-internet-industri-ind.html>).

Sebuah data lain mengungkapkan bahwa “*dari 247 juta orang populasinya, 24 persen masyarakat Indonesia adalah pengguna internet. uniknya, 62 persen dari pengguna internet tersebut mengakses internet melalui perangkat mobile. 92 persen pengguna internet di Indonesia memiliki*

akun Facebook, dan 75 persen dari pengguna Facebook di Indonesia mengakses jejaring sosial ini melalui perangkat mobile. Di samping TV, internet sudah menjadi sumber informasi utama. 60 persen pengguna internet sudah mengandalkan internet untuk mendapatkan informasi”

(<http://www.id.techinasia.com/laporan-mayoritas-masyarakat-indonesia-akses-internet-lewat-perangkat-mobile-slideshow/>). Berdasarkan data tersebut, Facebook khususnya di Indonesia memiliki kekuatan yang cukup besar serta keberadaannya cukup vital pada era global seperti saat ini.

Sebagai salah satu sumber informasi, *Facebook* menjadi salah satu alternatif yang digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi *ter-update*. Selain biaya yang dikeluarkan relatif sedikit, untuk mengaksesnya pun sekarang sangat mudah sekali. Sehingga tak sedikit yang memanfaatkan kekuatan *Facebook* sebagai sarana saling berbagi dan membuka ruang informasi baru untuk masyarakat dan bermunculannya *cyber society*. Komunitas tersebut terbentuk dikarenakan saling terhubungnya beberapa *user* internet yang memiliki kesamaan latar belakang, kebutuhan serta ketertarikan. Berawal dari berbagai macam persamaan tadi, akhirnya terbentuklah sebuah *cyber society*. Tujuannya tidak jauh dengan apa yang melatarbelakangi atau menjadi ketertarikannya.

Dengan munculnya *new media communication* khususnya jejaring sosial *Facebook* telah menciptakan sebuah pergeseran pola komunikasi. Umumnya komunikasi dalam sebuah komunitas dilakukan dengan tatap muka, komunikasi tercipta dengan adanya kedekatan fisik antara

komunikator dan komunikan. Tak ubahnya sebuah sebuah majelis yang berisikan tentang kumpulan orang-orang yang memiliki tujuan dan latar belakang yang sama. Melalui *Facebook*, mengubah pola interaksi lama dengan pola interaksi baru dimana komunikasi dapat dilakukan meski pemisah seperti bentang jarak dan waktu hadir diantara komunikator dan komunikan. Dengan hadirnya *new media communication*, berbagai macam hambatan dalam komunikasi secara langsung dapat diatasi. Sehingga komunikasi antara komunikator dan komunikan tidak lagi memerlukan kedekatan fisik, dengan perantara *Facebook* sebagai media komunikasi semua hambatan tersebut dapat diatasi. Hal tersebut berlaku juga untuk interaksi pada komunitas virtual atau Hal tersebut berlaku juga untuk interaksi pada komunitas virtual atau *cyber society*.

Kelompok atau komunitas tersebut tak ubahnya sebuah kelompok atau komunitas pada umumnya, perbedaan secara mendasar adalah kegiatan interaksi lebih sering dilakukan melalui *Facebook* dikarenakan itulah media interaksi utama bagi sebuah *cyber society*. Salah satunya adalah komunitas Fotografer Jalanan Indonesia. Sebagai salah satu bagian dari *cyber society*, kegiatan interaksi pada komunitas ini hampir lebih banyak dilakukan melalui media sosial daripada interaksi konvensional tatap muka. Dalam aksesnya pada *Facebook*, komunitas Fotografer Jalanan Indonesia ini membentuk grup, sehingga kegiatan komunitas terfokus dalam grup tersebut. Grup *Facebook* merupakan media *sharing* dan bertukar informasi antar anggota tentang seputar fotografi.

Dalam sebuah *cyber community* seperti pada grup *Facebook* Fotografer Jalanan Indonesia ini memiliki dinamika interaksi yang tidak jauh beda dengan komunitas pada umumnya di dunia nyata. Komunitas merupakan merupakan salah satu wadah berkumpulnya orang-orang yang memiliki kesamaan latar belakang. Sehingga mampu saling berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan masing-masing. Dalam komunitas Fotografer Jalanan Indonesia, grup *Facebook* dijadikan ruang interaksi virtual untuk anggota sebagai tempat diskusi atau interaksi, dan yang saling berinteraksi satu sama lain layaknya sebuah pertemuan kecil sebuah kelompok pada dunia nyata yang sedang membahas sesuatu.

Perputaran informasi dalam sebuah komunitas melalui *Facebook* menjadi lebih cepat dan masif, sehingga lingkup jangkauannya mampu diperluas. Kegiatan interaksi antar anggota dalam grup sangat beragam dan sering dalam satu harinya. Ada banyak sekali konten dari setiap anggota yang mengunggah materi tentang fotografi, meski didominasi oleh gambar ada ulasan tentang fotografi. Setiap konten atau posting akan mendapat tanggapan dari anggota lain dan dapat disaksikan seluruh anggota. Secara tidak langsung memberi kebebasan kepada anggota untuk memberi dan mengambil segala informasi ke dalam grup sesuai dengan batasan serta berdasarkan peraturan yang telah disepakati bersama.

Pemanfaatan *Facebook* sebagai sarana pertukaran informasi melalui sebuah komunitas virtual atau *cyber society* merupakan salah satu imbas dari hadirnya *new media communication*. Beberapa kemudahan yang ditawarkan

oleh media baru tersebut memberikan peluang kepada masyarakat untuk bisa mendapatkan akses informasi tambahan yang tidak bisa didapatkan dari media lainnya atau juga usaha lainnya seperti pendidikan formal maupun non-formal. Selain biaya lebih murah, media baru juga mudah diakses oleh siapa saja dan jangkauannya lebih luas.

Informasi memiliki peran yang sangat penting terlebih masyarakat sedang menuju era masyarakat informasi (*Information society*) atau masyarakat ilmu pengetahuan (*Knowledge society*). Akan tetapi, dari segala bentuk kemudahan akses informasi dengan hadirnya internet bukanlah tanpa suatu masalah ataupun hambatan. Oleh karena itu, baik komunikator maupun komunikan perlu selektif dengan semakin banyaknya variasi pesan yang ada. Dalam Al Quran surat Al Hujurat ayat 6 disebutkan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa sebagai orang-orang yang beriman kita harus selektif terhadap suatu informasi, dan bisa memastikan bahwa informasi yang kita dapatkan adalah informasi yang baik dan bermanfaat. Terlebih dengan hadirnya internet—termasuk jejaring sosial—sebagai media baru, memberikan beragam kemungkinan mendapatkan

informasi yang tidak baik. Karena itulah, kita harus lebih selektif, teliti dalam menerima informasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini akan menjelaskan bagaimana *Facebook* menjadi sarana pertukaran informasi antar manusia di era global.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari uraian latar belakang di atas maka peneliti mengajukan rumusan masalah yaitu bagaimana *Facebook* menjadi sarana pertukaran informasi fotografi pada komunitas Fotografer Jalanan Indonesia.

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunitas Fotografer Jalanan Indonesia menggunakan *Facebook* sebagai sarana pertukaran informasi fotografi.

2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang disiplin ilmu komunikasi. Serta diharapkan mampu menjadi acuan penelitian lanjutan dan memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi.

b) Manfaat Praktis

Memberikan kontribusi berupa pemanfaatan *Facebook* sebagai sarana pertukaran informasi khususnya informasi tentang dunia fotografi.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan tinjauan pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yang diharapkan mampu mendukung peneliti untuk kelancaran penelitian.

Pertama, skripsi dengan judul “*Efektivitas Halaman Facebook (Facebook Page) Kebun Binatang Bandung Sebagai Media Informasi Online*” oleh Biyono Sugianto, Konsentrasi Humas, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia Bandung tahun 2011. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efektivitas halaman *Facebook (Facebook Page)* Kebun Binatang Bandung sebagai media informasi *online*. Biyono melihat dari kredibilitas, daya tarik serta pesan dari halaman *Facebook* tersebut. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Kesimpulan dari penelitian, halaman *Facebook* adalah media informasi online yang efektif bagi Kebun Binatang Bandung. Persamaan terletak pada kesamaan media yang digunakan—yaitu *Facebook*—sebagai media informasi, juga pendekatan dan metode yang digunakan Biyono memiliki kesamaan dengan peneliti. Perbedaannya peneliti lebih fokus

menggunakan *Facebook* untuk memenuhi kebutuhan informasi fotografi serta subyek penelitian.

Kedua, skripsi yang berjudul “*Media Online Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.com dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS)*” oleh Dian Sativa, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2010. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara aktivitas menggunakan media *online* Kompas.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer angkatan 2008 FISIP UNS. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode survei. Hasil penelitian adalah ada hubungan yang signifikan antara aktivitas menggunakan media *online* Kompas.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan. Meskipun memiliki persamaan tujuan yakni sebagai pemenuh kebutuhan informasi, peneliti lebih spesifik meneliti informasi tentang fotografi. Media *online* yang digunakan juga berbeda, peneliti menggunakan *Facebook* sementara Dian menggunakan Kompas.com sebagai media.

Ketiga, skripsi dengan judul “*Efektifitas Komunikasi Santri Melalui Media Facebook Tentang Ilmu Keagamaan di Pondok Pesantren Al Luqmaniah Yogyakarta*”, oleh Amin Bakhtiar Rizqi, Fakultas Dakwah,

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2013. Penelitian ini meneliti tentang komunikasi yang dilakukan para santri pondok pesantren Al Luqmaniah melalui *Facebook* tentang ilmu keagamaan, sementara tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengukur seberapa efektif komunikasi santri melalui *Facebook* di pondok pesantren Al Luqmaniah Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan proses komunikasi pada subyek berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi. Perbedaan mendasar terletak pada metode dan pendekatan, dimana peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti fokus meneliti tentang *Facebook* sebagai sarana pertukaran informasi fotografi sementara Amin meneliti tentang efektifitas komunikasi melalui *Facebook*.

E. LANDASAN TEORI

1. Komunikasi

Menurut Laswell, komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” mengatakan “apa” dengan saluran “apa”, “kepada siapa”, dan “dengan akibat apa” atau “hasil apa” (*who says what in which channel to whom and with what effect*). Berdasarkan definisi tersebut dapat diturunkan 5 unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu sumber, pesan, saluran atau media, penerima, efek.

Komponen komunikasi atau unsur komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Laswell dalam Riswandi (2009:3-4) menuturkan unsur komunikasi adalah :

- a) Sumber (*source*), pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.
- b) Pesan (*message*), apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.
- c) Saluran (*channel*), alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
- d) Penerima (*receiver*), orang yang menerima dari sumber.
- e) Efek (*feed back*), apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

John R. Wenburg dan William W. Wilmot dalam Riswandi (2009:7-9) mengemukakan tiga konseptualisasi komunikasi, yakni :

- a) Komunikasi sebagai tindakan satu arah : komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang atau sekelompok orang lain atau kelompok lainnya, baik secara langsung ataupun melalui media.
- b) Komunikasi sebagai interaksi : suatu proses sebab akibat atau aksi reaksi, yang arahnya bergantian.

- c) Komunikasi sebagai transaksi : komunikasi merupakan suatu proses personal, karena makna atau pemahaman yang diperoleh seseorang pada dasarnya bersifat pribadi.

Salah satu unsur penting dalam komunikasi adalah pesan atau *message*, yaitu “apa” yang dikirimkan oleh komunikator kepada komunikan. Dengan adanya pesan komunikan bisa memahami apa maksud dari komunikator. Dalam penelitian ini, pesan merupakan sebuah komponen vital untuk membahas konsep pertukaran informasi. Pesan dalam penelitian ini merupakan objek penelitian yang mana apabila dikorelasikan dengan konsep pertukaran informasi menjadi komponen yang akan dikupas lebih mendalam.

Dalam konsep pertukaran informasi pada penelitian ini, pesan merupakan sebuah informasi yang diberikan dari komunikator kepada komunikan. Fungsi pesan dalam objek penelitian ini adalah sebagai sesuatu yang dicari dan diterima oleh komunikan yang dikirim atau diberikan oleh komunikator. Komunikator memanfaatkan *new media communication* sebagai media untuk mengirimkan pesan kepada komunikan. Pesan dalam *new media communication* merupakan sebuah konten-konten yang diunggah ke dalam jaringan internet. Kumpulan konten tersebut merupakan salah satu konsep yang diajukan peneliti. Serta menjadi salah satu komponen utama dalam memperoleh data dan analisis dalam penelitian ini.

2. Teori *New Media*

Tidak dipungkiri lagi bahwa pergerakan yang cukup cepat pada perkembangan sosial dan budaya direspon juga oleh produksi media. Pergeseran dari mesin analog ke mesin digital juga sebagai penanda bahwa era komunikasi baru telah tiba. Media baru atau *new media* adalah sebuah media yang berbasis internet dengan berorientasi kepada penggunaan komputer dan *hand phone* ataupun *smartphone*. Komunikasi satelit serta pemanfaatan komputer merupakan pemicu lahirnya *new media*.

Media baru ini merupakan bentuk dari *new media communication*. Dimana proses interaksi antar pribadi dilakukan melalui perantara jaringan internet. Berbeda dengan interaksi antar pribadi secara langsung dimana diperlukan kedekatan fisik antara pelaku komunikasi. Bentangan jarak yang memisahkan antara komunikan dan komunikator dapat diatasi dengan hadirnya *new media communication*. Penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan bisa dilakukan dengan cepat serta memiliki jangkauan yang cukup luas mengingat hadirnya *new media communication* dapat menembus hambatan pada komunikasi antar pribadi pada umumnya yang memerlukan kedekatan fisik.

New media disebut juga dengan *new media digital*. Media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan gelombang mikro. Tak

ubahnya dengan media sebelumnya, kemunculan internet dilatar belakangi oleh perkembangan interaksi manusia yang semakin kompleks. Adapun ciri internet sebagai media McQuail (2011:45), yaitu :

- a) Teknologi berbasis komputer
- b) Karakteristiknya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel
- c) Potensi interaktif
- d) Fungsi publik dan privat
- e) Peraturan yang tidak ketat
- f) Kesalingterhubungan
- g) Ada dimana-mana/tidak tergantung lokasi
- h) Dapat diakses individu sebagai komunikator
- i) Media komunikasi massa dan pribadi

Pada zaman media baru, manusia menggunakan media sebagai macam ritual bersama yang membuat kita merasa bagian dari sesuatu yang lebih besar dari kita (Littlejohn, 2009:415). Proses interaksi yang terjadi pada media baru lebih interaktif dan menciptakan konsep pemahaman baru tentang komunikasi personal. Beriringan dengan penemuan *World Wide Web*—merupakan sistem jaringan lebar(*network-wide*)—proses interaksi dan proses komunikasi pada era baru mengalami perubahan, selain lebih atraktif dan inovatif, sistem pertukaran informasi dan pesan lebih cepat, terbuka dan fleksibel. Sebuah ungkapan yang fenomenal diperkenalkan oleh McLuhan dalam Baran (2012:385) yaitu *global village* atau desa global. McLuhan beranggapan bahwa media baru mempersempit

bentangan jarak, sehingga dapat dianalogikan bahwa dunia ini merupakan sebuah desa yang bisa dijangkau siapa saja

Salah satu produk yang lahir dari penggunaan internet sebagai media interaksi adalah media sosial. Melalui media sosial, segala bentuk penyampaian pesan, pertukaran informasi dan interaksi bisa diwujudkan melalui konten visual, audio dan audiovisual. Media sosial merupakan sebuah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk sebuah jaringan serta memungkinkan untuk setiap orang berinteraksi dalam sebuah kelompok ataupun komunitas. Orang yang hidup dalam *information society* tidak hanya bertemu dan “menggunakan” teknologi-teknologi informasi dan komunikasi, melainkan cara tindakan mereka semakin dibingkai oleh teknologi tersebut (Holmes,2012:3)

Media sosial memiliki karakteristik khusus, berikut ini adalah karakteristik khusus tersebut :

- a) Jangkauan, daya jangkauan sosial media dari skala kecil hingga khalayak global.
- b) Aksesibilitas, sosial media lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau.
- c) Penggunaan, sosial media relatif lebih mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.

- d) Aktualitas, sosial media dapat memancing respon khalayak lebih cepat.
- e) Tetap, sosial media dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan.

Rasmussen (2000) dalam McQuail (2011:154) berpendapat bahwa media baru memiliki efek kualitatif yang berbeda terhadap integrasi sosial dalam jaringan masyarakat modern yang mengambil dari teori modernisasi Giddens (1991). Kontribusi dari media baru adalah sebagai sebuah jembatan yang memisahkan antara ruang publik dan privat. Menurut McQuail (2011:156-157), media baru dapat diidentifikasi melalui lima kategori utama yaitu :

- a) Media komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication media*), yakni meliputi telepon (yang semakin *mobile*) dan surat elektronik. Secara umum konten bersifat pribadi dan mudah dihapus.
- b) Media permainan interaktif (*interactive play media*). Media berbasis komputer dan *video game*, ditambah peralatan realitas virtual. Inovasi utamanya terletak pada interaktivitas dan mungkin didominasi dari kepuasan ‘proses’ atas ‘penggunaan’.
- c) Media pencarian informasi (*information search media*), dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktualitas, dan aksesibilitasnya belum pernah ada sebelumnya. Sangat penting

posisinya untuk pengguna sekaligus sebagai sumber pendapatan untuk internet.

- d) Media partisipasi kolektif (*collective participatory media*), meliputi penggunaan internet untuk berbagi, dan bertukar informasi, gagasan dan pengalaman serta mengembangkan hubungan pribadi aktif (diperantarai komputer). Situs jejaring sosial termasuk dalam kelompok ini.
- e) Substitusi media penyiaran (*substitution of broadcasting media*), penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang di masa lalu biasanya disiarkan atau disebarkan dengan metode lain yang serupa.

Media sosial atau jejaring sosial yang bermunculan akibat dari berkembangnya *new media communication* merupakan sebuah bentuk perpanjangan berkembangnya teknologi komunikasi. Kehadiran media sosial ini juga dimanfaatkan oleh beberapa golongan atau kelompok untuk mempermudah penyampaian pesan serta proses pertukaran informasi. Dengan memanfaatkan kelebihan dari media sosial itu sendiri, penyampaian pesan sendiri dapat disampaikan dalam waktu cepat dan dapat diterima oleh banyak komunikan. Serupa dengan media massa akan tetapi memiliki keunggulan seperti biaya yang dikeluarkan lebih murah.

Ada banyak jejaring sosial yang populer dan memiliki banyak pengguna khusus untuk di Indonesia, dan salah satunya adalah *Facebook*.

Meskipun bukan yang pertama hadir di Indonesia, *Facebook* memberikan kekuatan yang luar biasa dan memiliki basis pengguna tersendiri. Masyarakat Indonesia pada khususnya sangat antusias dalam menggunakan media sosial termasuk *Facebook* sebagai salah satu alat pemuas dan pencapai kebutuhan. Nurudin (2012:6) menyebutkan teknologi komunikasi, seperti jejaring sosial, dipercaya sebagai alat yang bisa dipakai untuk mencapai tujuan yang dikehendakinya.

Jejaring sosial termasuk *Facebook* menjadi salah satu sumber informasi dari hadirnya *new media communication*. Dalam *Facebook*, terdapat beberapa konten yang diunggah oleh para penggunanya yang memiliki potensi informasi yang dibutuhkan oleh pengguna lainnya. *Facebook* juga merupakan sebuah perwujudan dari *cyber society*, di dalamnya terdapat beberapa komunitas komunitas yang saling berhubungan dan saling berinteraksi. Hal ini juga menjadi salah satu konsep pertukaran informasi.

3. *Facebook*

Merupakan situs jaringan sosial di internet yang dibuat oleh Mark Zuckerberg dan resmi diluncurkan 4 Februari 2004 (Haryanto, 2009:28). Pada dasarnya, *Facebook* memiliki kesamaan dengan *Friendster*. Yang membedakan adalah layanan serta fasilitas aplikasi yang diberikan oleh pihak pengembang, dimana *Facebook* memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan *Friendster*.

Pengguna dapat membuat profil dilengkapi foto, daftar ketertarikan pribadi, informasi kontak, dan informasi pribadi lainnya. Pengguna dapat berkomunikasi dengan teman dan pengguna lain melalui pesan pribadi dan fitur obrolan (*chatting*). Pengguna diizinkan untuk mengatur privasi akun pribadi mereka dan memilih siapa saja yang dapat melihat bagian-bagian tertentu dari profil.

Nurudin (2012:68) mengungkapkan, *Facebook* adalah suatu alat sosial untuk membantu orang berkomunikasi lebih efisien dengan teman lama, keluarga, maupun orang-orang yang baru dikenal. *Facebook* menawarkan navigasi yang mudah bagi para penggunanya. Setiap pemilik *account* dapat menampilkan foto dan melakukan hal lainnya seperti bisa berkirim pesan dan lain sebagainya.

Dalam hal ini, *Facebook* bersifat *real time*. Hampir setiap detik terus ribuan bahkan jutaan informasi disebarkan. *Facebook* dapat diakses setiap waktu, bisa setiap waktu sesuai kehendak pengguna akun. Mengembangkan sebuah jaringan yang tidak terbatas, dapat menyebarkan ide dan gagasan, sebagai sarana aktualisasi diri. Berbeda dengan situs jejaring sosial lainnya, *Facebook* memiliki kekuatan sebagai berikut :

- a) *Home* atau Beranda adalah halaman utama dimana segala aktivitas setiap akun dapat terlihat. Tempat untuk mendapatkan kabar terbaru dari setiap teman-teman yang dimiliki.

- b) *Wall* adalah berisi tentang informasi pribadi sebuah akun, segala yang telah dilakukan selama menjadi *member Facebook* maupun yang berkaitan dengan apa yang dilakukan teman-teman.
- c) *Status* atau Posting adalah kumpulan teks atau gambar atau video yang diunggah dalam situs jejaring sosial.
- d) *Message* atau Pesan adalah halaman khusus pesan pribadi antar akun.
- e) *Inbox* adalah sebuah kotak surat virtual yang menjadi wadah *message* yang masuk ke akun pribadi.
- f) *Friend* adalah merupakan akun atau *member Facebook* yang menjadi teman anda.
- g) Komentar adalah memberi tanggapan atas sebuah status.
- h) *Like* adalah menyukai sebuah kiriman atau status.
- i) *Tag* adalah mencantumkan atau menandai akun lain dalam sebuah posting atau kiriman.
- j) Grup adalah sebuah kumpulan akun yang tergabung dalam komunitas virtual.
- k) *Fans Page* adalah halaman khusus untuk akun dari sebuah produk, *brand*, ataupun tokoh.

Dalam penelitian ini, peneliti lebih terfokus pada penggunaan beberapa fitur saja. Tidak berarti fitur lainnya tidak mendapat pembahasan, akan tetapi terfokus pada fitur-fitur yang menonjol atau sering digunakan untuk mengunggah konten ke dalam jaringan *Facebook* yang berisikan tentang berbagai macam informasi, atau juga konten-konten yang digunakan untuk berinteraksi antar sesama pengguna *Facebook* itu sendiri. Dengan hadirnya *Facebook* sebagai media atau juga perantara antara komunikator dengan komunikan, konsep pertukaran informasi bisa lebih kuat. Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan sudah ditentukan dengan tujuan agar lebih fokus.

Dengan fokus kepada *Facebook* disertai dengan fitur-fiturnya, akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang diinginkan. Juga sebagai salah satu cara untuk meningkatkan dari hasil penelitian ini sendiri. Pemanfaatan fitur juga dipandang sebagai salah satu cara untuk bertukar informasi antar pengguna *Facebook* itu sendiri. Sebagai contoh, apabila bergabung dalam sebuah grup *Facebook*, ruang lingkup dari interaksi yang dilakukan adalah grup tersebut. Atau juga sebuah akun bisa berinteraksi dengan *friends* atau *fans page* yang telah diikutinya.

Hadirnya fitur-fitur tersebut mempermudah peneliti untuk mengkategorikan data yang dibutuhkan. Sehingga dapat menghindari data-data yang tidak berkaitan dengan tujuan dari penelitian ini. Dalam hal ini peneliti memberikan pembahasan lebih terhadap penggunaan fitur grup, status atau *upload*, komentar, dan photo. Untuk fitur-fitur lainnya tetap

akan mendapat pembahasan. Fitur-fitur yang disebutkan mendapat pembahasan lebih banyak karena peneliti menganggap fitur-fitur tersebut memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan interaksi. Dalam hal ini interaksi yang memiliki potensi pertukaran informasi.

4. Informasi Fotografi

Dilihat dari asal pelahirannya, informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau juga bisa berupa putusan-putusan yang dibuat (Estabrook(1977:245) dalam Yusup (2010:1)). Yusup (2010:5) mengelompokkan menjadi dua jenis, yakni informasi lisan dan terekam. Informasi lisan jumlahnya sangat banyak, sulit diukur, dan dibuktikan juga kurang bermanfaat bagi pengembangan pengetahuan manusia pada umumnya. Informasi terekam dianggap paling bermanfaat dan paling banyak digunakan oleh berbagai kalangan, baik oleh manusia perorangan maupun dalam bermasyarakat, berorganisasi, dan bergaul dengan sesama anggota masyarakat pada umumnya, terutama bergaul dalam hal bertujuan mengembangkan diri ke arah yang lebih baik.

Batasan yang dipakai untuk menerangkan kata “informasi” dalam penelitian ini adalah *information is knowledge shared by communication* (Foskett. 1996:3). Artinya adalah informasi merupakan pengetahuan yang menjadi milik bersama karena dikomunikasikan. Taylor (2004:4) juga mengatakan bahwa informasi adalah suatu pengetahuan yang dikomunikasikan kepada orang lain. Untuk lebih spesifik lagi, guna

mempermudah fokus pada penelitian ini informasi yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan sebuah konten dalam jaringan *Facebook* yang berisi pengetahuan tentang fotografi.

Munculnya internet sebagai media komunikasi baru, juga berdampak pada hal yang lainnya. Salah satunya adalah dunia fotografi. Dimana yang pada awal mulanya penyebaran hasil atau karya fotografi sebatas pada foto cetak atau majalah. Dengan hadirnya internet termasuk juga jejaring sosial turut dimanfaatkan guna menyebarkan hasil dan juga karya-karya fotografi. Dengan hadirnya internet sebagai media komunikasi baru atau media yang digunakan untuk menyebarkan informasi, penggunaan akses internet untuk pertukaran informasi juga meningkat. McQuail (2011:44) mengungkapkan bahwa klaim internet untuk status medianya berdasarkan teknologi yang canggih, perilaku penggunaan, jumlah konten dan layanan, dan citra yang penting.

Dalam penelitian ini peneliti lebih terfokus pada pesan-pesan serta konten yang berisi informasi fotografi. Dalam hal ini tentu saja informasi fotografi yang ada pada jejaring sosial yaitu *Facebook*. Sebuah konten atau foto yang diunggah biasanya disertai *Caption* atau detail informasi. Hal tersebut termasuk juga sebagai kategori informasi terkerekam. Konten-konten tersebut merupakan sebuah hasil dari dokumentasi pribadi seseorang yang kemudian diunggah ke dalam Facebook dengan tujuan berbagi atau saling bertukar pikiran. Ada beberapa istilah yang harus

dipahami dalam dunia fotografi yang berhubungan dengan *Caption*, berikut ini adalah beberapa istilah tersebut :

- a) *Aperture* : Untuk menambah atau mengurangi cahaya yang memasuki lensa (Mulyanta.2007:71). *Aperture* atau bukaan dinyatakan dalam satuan f-stop.
- b) *Shutter speed* : digunakan untuk mengatur durasi sinar yang mengenai sensor setelah melalui lensa yang intensitas sinarnya telah diatur menggunakan bukaan diafragma. (Mulyanta.2007:79)
- c) ISO (*International Standart Organization*) : ukuran tingkat sensitifitas sensor kamera terhadap cahaya. Semakin tinggi pengaturan ISO kita maka semakin sensitif sensor terhadap cahaya. (Mulyanta.2007:76)
- d) *Focal Length* : titik bakar lensa untuk menentukan kekuatan lensa dalam hal pemfokusan jarak (Mulyanta.2007:73).
- e) *F-Stop* : nomor yang mengindikasikan bukaan lensa, yang akan mengatur seberapa besar cahaya yang masuk ke dalam kamera. (Mulyanta.2007:74)

Dari proses pengambilan gambar, dapat dihasilkan berbagai macam kategori foto. Ada berbagai macam jenis kategori foto yang mampu dihasilkan dari setiap proses pengambilan gambar itu sendiri. Jenis-jenis atau kategori foto di sini hanya sebagai pengelompokan secara garis besar,

yang bertujuan untuk membantu mempermudah dalam memahami sebuah karya fotografi. Sehingga untuk mengkategorikan hasil karya atau sebuah foto tidak selalu mutlak untuk satu kategori saja. Karena semua itu hanya sebagai patokan untuk membuat sebuah foto.

a) Foto Manusia

1) *Portrait*

Foto yang menampilkan ekspresi dan karakter manusia dalam kesehariannya, yang mampu memberikan kesan emosional dan menciptakan karakter seseorang. Untuk memperoleh foto *portrait* posisi kamera vertikal bukan horizontal.

2) *Human Interest*

Foto yang menggambarkan kehidupan manusia atau interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari serta ekspresi yang memperlihatkan manusia dengan masalah kehidupannya.

3) *Stage Photography*

Foto yang menampilkan gaya hidup manusia yang merupakan bagian dari budaya untuk dijadikan bahan menarik untuk divisualisasikan.

4) *Sport*

Foto yang menangkap momen menarik dalam *event* dan kegiatan olahraga.

b) Foto *Nature*

1) Flora

Foto dengan obyek utama atau *point of interest* adalah tanaman dan tumbuhan.

2) Fauna

Foto dengan obyek utama atau *point of interest* adalah binatang.

3) Lanskap

Foto bentangan alam yang terdiri dari unsur langit, daratan dan air. Ekspresi alam serta cuaca menjadi daya tarik foto ini. Biasa digunakan untuk objek pemandangan luas.

c) Foto Arsitektur

Foto yang menampilkan daya tarik suatu bangunan serta menampilkan keindahan dari suatu bangunan.

d) Foto *Still Life*

Menciptakan sebuah gambar dari benda atau obyek mati. Membuat gambar dari benda mati menjadi hal yang menarik dan tampak hidup.

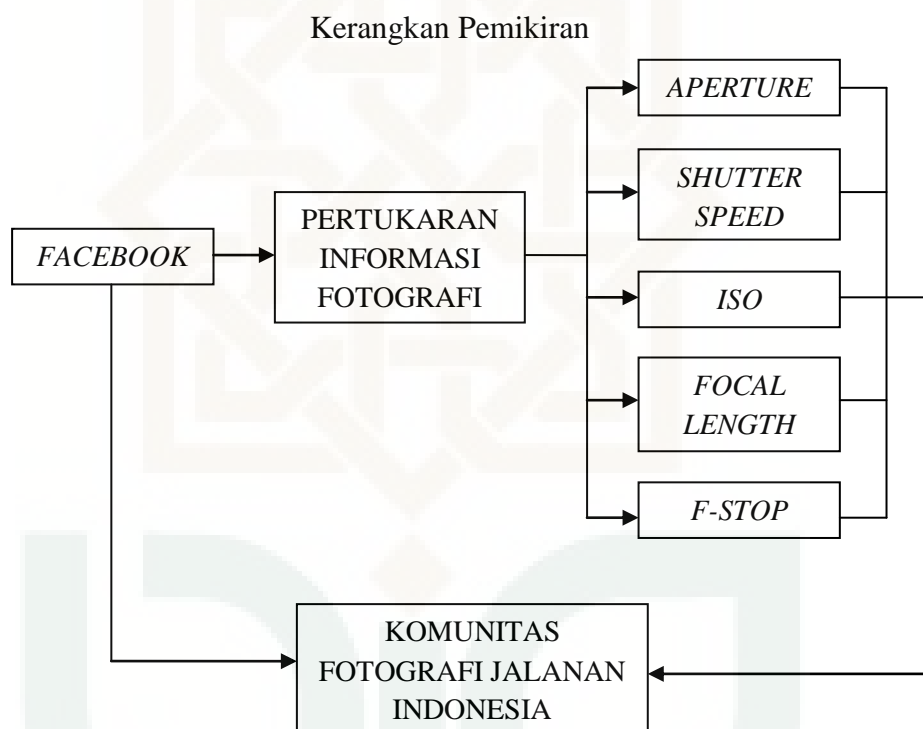
e) Foto Jurnalistik

Foto yang digunakan untuk kepentingan pers atau kepentingan informasi.

F. KERANGKA BERPIKIR

Dalam penelitian ini peneliti akan mencoba menemukan bagaimana *Facebook* menjadi sarana pertukaran informasi fotografi. Berikut adalah kerangka berpikir dalam penelitian ini:

Gambar. 1



Sumber: Olahan peneliti.

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor (1975:5) dalam Moleong(2010:4) mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data

deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh).

Dengan menggunakan metode deskriptif, peneliti menganalisa data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2010:11).

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a) Subyek Penelitian

Subyek dari penelitian ini adalah komunitas Fotografer Jalanan Indonesia. Lebih spesifik lagi yaitu pada anggota komunitas yang juga tergabung dalam grup *Facebook* Fotografer Jalanan Indonesia. Informan dalam penelitian ini memiliki harus kriteria sebagai berikut :

- 1) Informan merupakan salah satu dari admin atau anggota grup tersebut.
- 2) Informan merupakan pengguna *Facebook* aktif, pengguna aktif yang dimaksudkan adalah pengguna yang sering memposting status serta memberikan komentar atau *like* pada status yang muncul.

- 3) Pengguna tersebut mengakses situs *Facebook* baik via *mobile* ataupun via *pc* minimal tiga kali seminggu
- 4) Pengguna tersebut sudah tergabung dalam grup *Facebook* Fotografer Jalanan Indonesia minimal 6 bulan. Alasan ini dikarenakan agar informan yang dibutuhkan memiliki informasi yang lebih serta memiliki pengetahuan lebih dalam perkembangan grup *Facebook* Fotografer Jalanan Indonesia.
- 5) Pengguna *Facebook* yang dipilih sebagai informan sudah tergabung dalam *Facebook* minimal satu tahun.

b) Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah segala bentuk interaksi dalam grup *Facebook* Fotografer Jalanan Indonesia melalui posting *thread*, percakapan(baik melalui komentar atau *chatting*) yang dilakukan oleh anggota grup *Facebook* Fotografer Jalanan Indonesia tentang fotografi.

3. Jenis Data

a) Data Primer

Data ini merupakan data yang diperoleh dari observasi yang dilakukan oleh peneliti di lapangan dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan para informan dan subjek penelitian vital lainnya yang terkait dengan sasaran penelitian.

b) Data Sekunder

Data ini merupakan data yang diperoleh dari hasil studi pustaka, buku referensi, jurnal, artikel, majalah, internet dan sebagainya. Bertujuan sebagai pendukung informasi-informasi yang terkait dengan penelitian. Dengan pertimbangan data tersebut mampu menjadi penunjang fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga memperoleh tingkat validitas data yang lebih baik.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memngumpulkan data untuk kepentingan penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai macam metode. Berikut ini metode yang digunakan.

a) Observasi

Metode ini adalah proses langsung mengamati subjek dan objek penelitian secara langsung. Dengan metode ini, peneliti dimungkinkan melihat serta mengamati sendiri, kemudia mencatat perilaku serta kejadian yang telah terjadi sebenarnya.

Pada dasarnya, melalui metode ini memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan oleh objek penelitian pada waktu itu sehingga tidak menutup kemungkinan apabila peneliti menjadi sumber data. Memungkinkan pembentukan pengetahuan yang

diketahui bersama, baik dari pihaknya maupun dari pihak subjek (Moleong, 2010:175).

b) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya (Kriyantono, 2009:98). Pedoman dari pengumpulan data dari metode ini tidak berisi pertanyaan-pertanyaan yang mendetail, melainkan sebuah garis besar tentang data dan informasi apa saja yang ingin didapatkan dari informan.

Pada penelitian ini, kegiatan wawancara dilakukan dengan jenis wawancara mendalam (*in-depth interview*). Dengan melakukan wawancara secara mendalam, peneliti ingin mendapatkan data dan informasi yang lebih spesifik dan detail. Wawancara dilakukan dengan mewawancarai anggota grup *Facebook* Fotografer Jalanan Indonesia baik secara *online* maupun secara *offline*.

c) Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku, jurnal, surat kabar, majalah, foto, rekaman, video, ataupun internet. Data yang diperoleh dari metode dokumentasi diharapkan mampu mendukung

proses analisis data. Salah satu kegiatan dokumentasi yang dilakukan adalah mengumpulkan data dari posting dalam grup.

d) Studi Pustaka

Melalui metode ini, informasi dan data diperoleh dari penelitian serupa sebelumnya yang memiliki kesamaan latar belakang, fokus masalah ataupun subjek dan objek yang diteliti. Metode ini juga memungkinkan peneliti mendapatkan informasi dari artikel atau jurnal yang mengangkat topik serupa.

5. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data dan informasi yang diperoleh dari penelitian di lapangan. Peneliti menggunakan analisis *interactive model* yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1994) dalam Pawito (2007:104).

Teknik analisis ini memiliki tiga komponen yaitu :

- a) Reduksi data, dimaksudkan bahwa dalam tahap ini sebagai proses pemilihan data dan informasi yang telah didapatkan selama melakukan penelitian di lapangan. Dalam tahap ini peneliti fokus pada penyederhanaan data yang diperoleh. Setelah data yang diperoleh mampu diringkas, peneliti dapat menemukan konsep-konsep serta pola-pola data yang diinginkan yang kemudian dirancang dalam bentuk hasil analisa akhir

- b) Penyajian data, merupakan sebuah proses yang menyajikan data penelitian dalam sebuah kesatuan yaitu hasil akhir penelitian melalui kalimat yang disusun secara sistematis dan logis sehingga mudah untuk dipahami. Oleh karena itulah sangat diperlukan penyajian data yang jelas dan sistematis dalam membantu peneliti menyelesaikan pekerjaannya.
- c) Kesimpulan, merupakan implikasi dari prinsip induktif penelitian. Selain itu, kesimpulan diverifikasi selama penelitian berlangsung guna memperoleh kebenaran tentang sebuah data dan informasi. Secara keseluruhan, data dan informasi yang diperoleh akan diuji kebenarannya, kekuatannya, serta kecocokan dengan tujuan sebagai media validitasnya.

6. Metode Keabsahan Data

Kegiatan ini diperlukan demi mendapatkan data dan informasi yang sah serta agar hasil penelitian mampu dipertanggungjawabkan dari segala sisi. Dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai metode keabsahan data yang diperoleh selama penelitian. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong.2010:330).

Teknik triangulasi penggunaan sumber merupakan teknik yang digunakan. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif Patton (1987:331) dalam Moleong (2010:330). Hal itu dapat dicapai dengan jalan seperti berikut :

- a) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b) Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagi pendapat dan pandangan orang lain.
- e) Membandingkan hasil wawancara dengan isi sesuatu dokumen yang berkaitan.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengamatan, wawancara serta analisa pada bab sebelumnya, *Facebook* sangat menunjang kegiatan pertukaran informasi. Khususnya informasi dalam hal fotografi bagi komunitas Fotografer Jalanan Indonesia selaku salah satu pengguna *Facebook* sebagai sarana pertukaran informasi. Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1. Keberadaan *Facebook* sangat menunjang kegiatan interaksi dan pertukaran informasi dalam hal fotografi. Dengan akses yang mudah dan biaya yang sangat murah, sebagian besar informasi yang ada dalam grup komunitas Fotografer Jalanan Indonesia dapat diakses oleh seluruh anggotanya. *Facebook* juga mudah diakses darimana, dimana, dengan apa dan oleh siapa saja. Keberadaannya menjadi kekuatan baru untuk mendukung kegiatan interaksi antar fotografer seluruh Indonesia melalui grup komunitas Fotografer Jalanan Indonesia.
2. *Facebook* merupakan salah satu jejaring sosial yang populer di Indonesia sehingga para pengguna lebih dimudahkan dalam mengakses data, ataupun interaksi terhadap sesama. Terlebih ketika mengakses grup komunitas Fotografer Jalanan Indonesia. Dengan grup yang bersifat terbuka dan saling berbagi peneliti menyimpulkan para pengguna

Facebook tidak akan begitu kesulitan untuk mengakses masuk ke dalam grup komunitas Fotografer Jalanan Indonesia.

3. Dengan ruang lingkup seluruh Indonesia, grup komunitas Fotografer Jalanan Indonesia merupakan sebuah lokasi virtual dimana orang-orang yang memiliki ketertarikan dalam hal fotografi dapat berkumpul. Seperti konsep *global village* dimana tidak menutup kemungkinan dunia luar juga untuk bisa bergabung masuk. Dengan memangkas jarak nyata yang dianggap sebagai penghalang untuk tatap muka langsung, *Facebook* hadir sebagai jalan tengah untuk mengatasinya.
4. Dengan memanfaatkan *Facebook* sebagai media pertukaran informasi yang murah, komunitas Fotografer Jalanan Indonesia berhasil menawarkan sebuah konsep pembelajaran fotografi dengan biaya yang sangat murah bahkan gratis bagi mereka yang tergabung dalam grup komunitas Fotografer Jalanan Indonesia. Meskipun bukan pertama dan satu-satunya di Indonesia.
5. Meskipun lebih sentral di dunia maya daripada di dunia nyata, pemanfaatan *Facebook* merupakan salah satu media untuk mengkoordinasikan segala kegiatan yang akan dilakukan oleh komunitas Fotografer Jalanan Indonesia. Menjadi salah satu media *broadcast* untuk para anggotanya. Selain cepat, jangkauan pesan yang mampu dijangkaunya sangat luas sekali.
6. Karya serta konten yang diunggah ke dalam grup komunitas Fotografer Jalanan Indonesia juga menjadi salah satu tolak ukur, bagaimanakah

karakter dari pengunggah tersebut. Dan merupakan media *sharing* yang amat baik, mengingat siapa saja dan dari mana saja dapat bergabung untuk berdiskusi.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dituliskan peneliti di atas, *Facebook* sangat menunjang kegiatan pertukaran informasi fotografi komunitas Fotografer Jalanan Indonesia. Beberapa memanfaatkan untuk menaikkan reputasi sebagai fotografer. Berikut beberapa saran dari peneliti untuk penggunaan *Facebook* sebagai media pertukaran informasi :

1. Mengingat banyaknya anggota serta alur informasi keluar masuk dalam grup komunitas Fotografer Jalanan Indonesia, perlu diperhatikan faktor-faktor kontrol dalam setiap konten yang ada di dalam grup komunitas Fotografer Jalanan Indonesia. Sehingga semua pihak tidak ada yang dirugikan.
2. Pemanfaatan *Facebook* sebagai media pertukaran informasi perlu diperluas lagi bidang pembahasannya. Mengingat kebutuhan edukasi di Indonesia sangatlah tinggi.
3. Perlunya penelitian lebih lanjut tentang pengaruh penggunaan *Facebook* dalam hal meningkatkan kualitas keilmuan.

DAFTAR PUSTAKA

Kitab:

Departemen Agama RI. 2009. *Al- Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema.

Buku:

Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Haryanto, Rudi. 2009. *Cerdas Jelajah Internet*. Jakarta: Kriya Pustaka.

Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi :Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Krisyantono, Rachmat. 2009. *Teknis Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

_____. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyanta, Edi S. 2007. *Teknik Modern Fotografi Digital*. Yogyakarta: C.V Andi Offset (Penerbit Andi).

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

_____. 2012. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera.

Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.

Rakhmat, Jalaluddin. 1994. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Soyomukti, Nurani. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Skripsi:

Rizqi, Amin Bakhtiar. 2013. *Efektifitas Komunikasi Santri Melalui Media Facebook Tentang Ilmu Keagamaan di Pondok Pesantren Al Luqmaniah Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Sativa, Dian. 2010. *Media Online Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.com dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS)*. Surakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret.

Sugianto, Biyono. 2011. *Efektivitas Halaman Facebook (Facebook Page) Kebun Binatang Bandung Sebagai Media Informasi Online*. Bandung: Konsentrasi Humas, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia.

Internet:

<http://harianti.com/ini-data-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia/> diakses pada 3 September 2014 pukul 10.40 WIB.

<http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/213/press-release-profil-terkini-internet-industri-ind.html> diakses pada 3 September 2014 pukul 09.10 WIB.

<http://www.facebook.com/groups/fotograferjalanan/> diakses pada 25 September 2014 pukul 20.00 WIB

<http://www.id.techinasia.com/laporan-mayoritas-masyarakat-indonesia-akses-internet-lewat-perangkat-mobile-slideshow/> diakses pada 3 September 2014 pukul 10.30 WIB.

<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/> diakses pada 14 April 2014 pukul 14.00 WIB.

INTERVIEW GUIDE

PENELITIAN FACEBOOK SEBAGAI SARANA PERTUKARAN INFORMASI FOTOGRAFI

Facebook sebagai New Media Communication

1. Apa saja yang anda lakukan dalam menggunakan *Facebook*?
2. Hal apa saja yang menjadi daya tarik anda ketika mengakses *Facebook*?
3. Apakah anda menganggap *Facebook* sebagai salah satu sumber informasi?
4. Apakah ada yang mengarahkan atau berdasarkan keinginan diri sendiri dalam menggunakan *Facebook*?
5. Apa yang membuat anda merasa yakin bahwa *Facebook* harus dipergunakan?
6. Perangkat apa yang anda gunakan ketika mengakses jaringan *Facebook*?
7. Berapa lama waktu yang anda habiskan untuk mengakses jaringan *Facebook*?
8. Fitur apa yang sering anda gunakan untuk berinteraksi sesama pengguna ketika mengakses *Facebook*?

Pertukaran Informasi Fotografi Melalui Facebook

1. Apa yang menjadi latar belakang anda untuk mencari informasi melalui *Facebook*? Adakah keterkaitan dengan anda bergabung di grup FJI?
2. Informasi seperti apakah yang menjadi daya tarik anda untuk disimak?
3. Apakah setiap bentuk interaksi (seperti *posting* status, komentar, *chatting*) sesama anggota grup mampu memberikan informasi yang anda butuhkan?
4. Apakah anda memanfaatkan grup FJI untuk berdiskusi mengenai informasi apa saja yang sudah didapat?
5. Apakah anda kemudian menyebarkan informasi yang anda dapatkan?
6. Begitu melimpahnya informasi fotografi yang ada di grup FJI, apakah anda punya penilaian tersendiri akan hal ini? Baik atau tidak? Alasannya?
7. Apakah anda paham dengan istilah-istilah fotografi disetiap *posting* atau konten yang diunggah di *Facebook*?
8. Apakah dengan bergabungnya anda dengan grup FJI mampu menguatkan identitas anda sebagai fotografer?

Curriculum Vitae



Data Pribadi

- Nama : Mahendra Adi Wijaya
- Tempat/Tanggal Lahir : Madiun, 9 November 1992
- Jenis Kelamin : Laki-laki
- Kewarganegaraan : Indonesia
- Status Pernikahan : Belum Menikah
- Agama : Islam
- Alamat : Perumnas Asabri Blok P/25
Barean, Kel. Ploso, Kec. Pacitan
Kabupaten Pacitan, Jawa Timur
- No. Telepon : +6285235859972
- Email : madhiewiedjaja@gmail.com

Pendidikan

- Formal
 - Perguruan Tinggi
Ilmu Komunikasi (Advertising), Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
 - Sekolah Menengah Atas
SMA Negeri 1 Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur.
 - Sekolah Menengah Pertama
SMP Negeri 1 Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur.

- Non-Formal
 - Training ICT PKSI UIN Sunan Kalijaga
 - Pendidikan Bahasa Arab dan Inggris PBBA UIN Sunan Kalijaga
 - Pendidikan Kemampuan Dasar Outbound, Survival, dan Pathfinder GAPPURA 271

Organisasi

- Sekertaris II GAPPURA 271
- Anggota aktif KOSTRAD (Komando Strategi Advertising) FISHUM UIN Sunan Kalijaga
- Anggota aktif MADYAPALA kota Pacitan
- Kerani Putra GUDEP 04165-04166 SMA N 1 Pacitan

Kerja

- Staff Magang PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko
- Tim Administrator Gemanik PR Consultant
- Freelance Royal A&W

Skill

- Microsoft Office (Word, Excel), Adobe (Photoshop, Audition)
- CorelDraw, Fotografi
- Outbond (Pionering, Pathfinder)