

**DISTORSI KOMUNIKASI PADA FOTO - FOTO SELFIE
NARSIS PADA REMAJA**

(KAJIAN PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM)

SKRIPSI

Diajukan Oleh

Ishlahul Umam

NIM. 411307088

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY

BANDA ACEH

2020 M/1441 H

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

**Ishlahul Umam
NIM. 411307088**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



**Ade Irma, B.H.Sc.,M.A.
NIP. 197309122000032004**

Pembimbing II,



**Zainuddin T.,M.Si.
NIP. 197011042000031002**



SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**ISHLAHUL UMAM
NIM. 411307088**

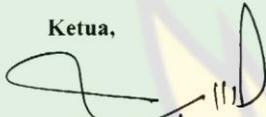
Pada Hari/Tanggal

**Selasa 21 Januari 2020 M
25 Jumadil Awal 1441 H**

**Di
Darussalam-Banda Aceh**

**Panitia Sidang
Munaqasyah**

Ketua,



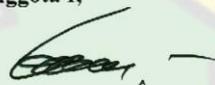
**Ade Irma, B.H.Sc., M.A
NIP. 197309122000032004**

Sekretaris,



**Zamuddin T., M.Si
NIP. 197011042000031002**

Anggota I,



**Drs. Baharuddin AR, M. Si.
NIP. 197409092007102001**

Anggota II,



**Syahril Furqanv, M.I.Kom.
NIP. 198904282019031011**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry



**Dr. Fakhri, S. Sos., M.A
NIP. 19641129 199803 1 001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Ishlahul Umam

NIM : 411307088

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 7 Januari 2020
Yang Menyatakan,



Ishlahul Umam
NIM: 411307088

جامعة الرانيري
AR-RANIRY

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis sampaikan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan kasih sayang dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun karya ilmiah ini. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya sekalian yang telah membekali umatnya dengan pengetahuan dan pendidikan yang sempurna.

Dengan izin Allah SWT, berkat bantuan dari semua pihak, penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi beban studi untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul “*Distorsi Komunikasi Pada Foto – foto selfie Narsis Pada Remaja (Kajian pada Remaja Pengguna Instagram)*”. Dengan selesainya skripsi ini, penulis turut menyampaikan ribuan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Yang teristimewa, untuk kedua orang tua penulis, Ayah dan Ibunda tercinta yang telah membesarkan ananda dengan penuh kasih sayang, juga yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan dukungannya sehingga ananda mampu menyelesaikan pendidikan hingga sampai jenjang sarjana. Dan juga kepada keluarga besar dan sanak saudara yang ikut mendoakan untuk kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

2. Prof.Dr. H. Warul Walidin AK. MA. Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menuntut ilmu atau belajar di UIN Ar-Raniry.
3. Dr. Fakhri S.Sos, MA. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Drs. Yusri M.LIS selaku Wakil dekan I Zainuddin T. M.Si. selaku Wakil dekan II, dan Dr. T Lembong Misbah, MA selaku Wakil Dekan III.
4. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Bapak Dr. Hendra Syahputra, ST.,MM
5. Pembimbing 1 Ibu Ade Irma, B. H. Sc., M. A. Yang telah meluangkan waktu serta sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis. Pembimbing 2 Bapak Zainuddin T., M.Si. Sebagai pembimbing yang selalu setia, yang memberikan semangat dan motivasinya serta ide-ide arahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Muhsinah, M.Ag. selaku penasihat Akademik (PA) yang telah banyak memberikan kontribusi dan semangat bagi penulis.
7. Fajri Chairawati, S. Pd. I.,MA (Penguji Komprehensif Pengetahuan Agama). Fairus, S.Ag., MA (Penguji Komprehensif Pengetahuan Umum). Ibu Ade Irma, B. H.Sc., M. A. (Penguji Komprehensif Dasar Keahlian dan Kejurusan).
8. Para dosen dan asisten dosen, serta karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

9. Sahabat-sahabat penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang terlibat membantu dalam penulisan skripsi ini. penulis hanya dapat mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, semoga Allah yang maha sayang akan membalas semua kebaikan keluarga dan sahabat-sahabatku tercinta.

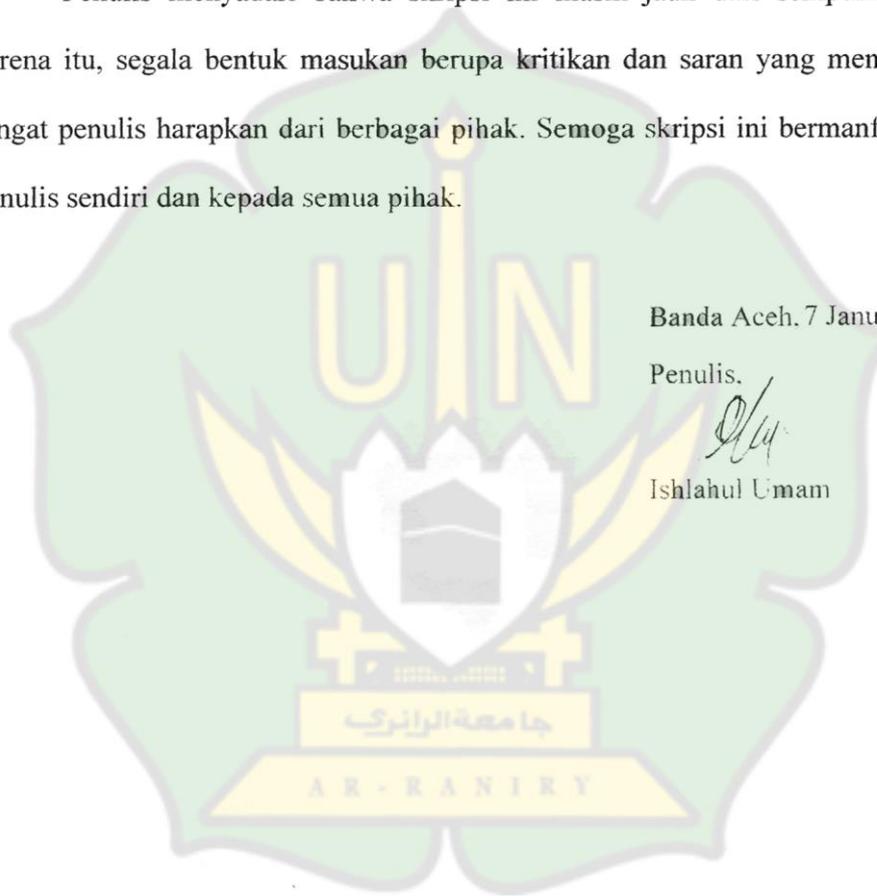
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan kepada semua pihak.

Banda Aceh, 7 Januari 2020

Penulis,



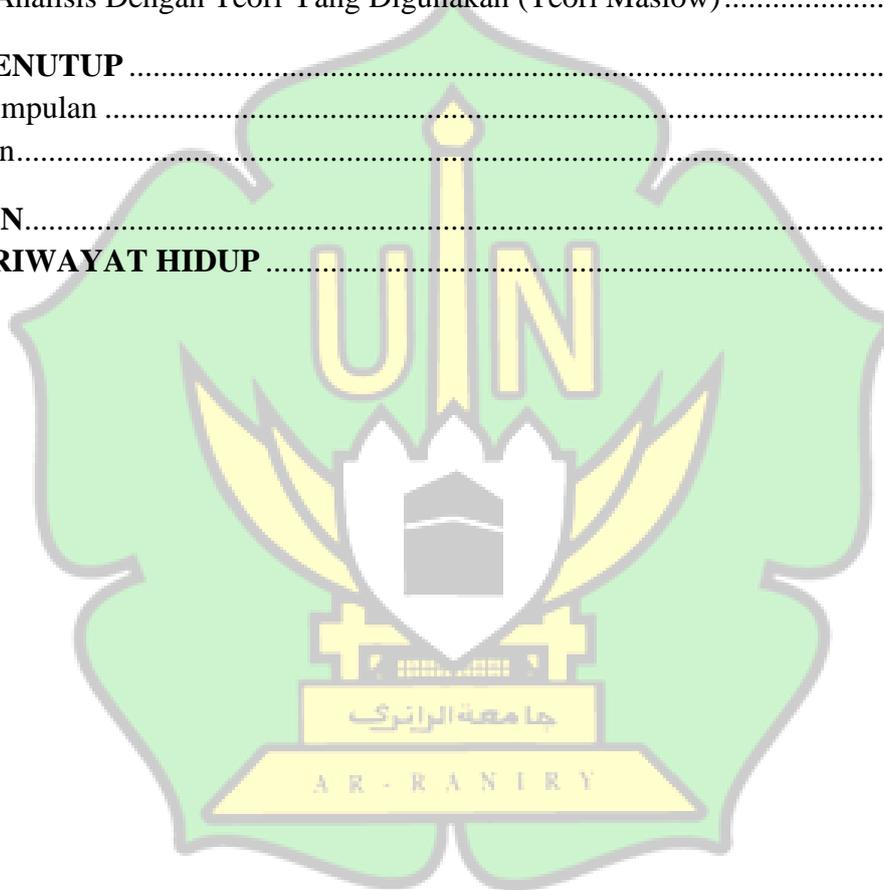
Ishlahul Uman



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	IV
ABSTRAK	VI
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional.....	8
BAB II : LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Terdahulu Yang Relevan.....	10
B. Komunikasi Dan Ruang Lingkupnya.....	11
1. Pengertian Komunikasi.....	11
2. Elemen Komunikasi.....	13
3. Fungsi Dan Tujuan Komunikasi.....	18
C. Persepsi Dalam Komunikasi	21
1. Pengertian Persepsi	21
2. Proses Terjadinya Persepsi	22
3. Jenis-Jenis Persepsi.....	23
D. Distorsi Komunikasi	24
1. Pengertian Distorsi Komunikasi	24
2. Faktor-Faktor Terjadinya Distorsi Komunikasi.....	25
E. Media Sosial.....	29
1. Pengertian Media Sosial	29
2. Fungsi Media Sosial.....	31
3. Instagram.....	32
F. Etika Komunikasi.....	34
1. Pengertian Etika Komunikasi	34
2. Etika Komunikasi Islam.....	36
G. Teori Yang Di Gunakan	40
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Metode Yang Di Gunakan	45
B. Subjek Dan Objek Penelitian	46
C. Teknik Pengumpulan Data.....	46
D. Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Penelitian	52
1. Profil Sma Inshafuddin	52
2. Visi, Misi Dan Tujuan Sma Inshafuddin	53
B. Hasil Peneltian	55
1. Bentuk Foto-Foto Narsis Remaja Pada Akun Media Sosial Instagram...	56
2. Sebab Terjadi Distorsi Komunikasi Terhadap Foto-Foto Remaja Pada Akun Media Sosial Instagram.....	64
3. Pandangan Islam Terhadap Foto-Foto Narsis.....	70
C. Pembahasan Dan Analisis Data	73
1. Pembahasan.....	73
2. Analisis Dengan Teori Yang Digunakan (Teori Maslow).....	76
BAB V : PENUTUP	78
a. Kesimpulan	78
b. Saran.....	79
LAMPIRAN.....	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	81



ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Distorsi Komunikasi Pada Foto-Foto Selfie Narsis Pada Remaja (Kajian Pada Remaja Pengguna Instagram)”. Adapun yang menjadi latar belakang masalah, Remaja pada umumnya tidak paham akan foto yang ditampilkan disalah maknakan oleh orang yang melihatnya, sehingga foto yang ditampilkan di instagram asal posting tanpa ada pertimbangan. Foto-foto yang diposting para remaja biasanya menampilkan sesuatu yang berlebihan dan menampilkan kemewahan, seperti pakaian baru, makanan yang mewah, perbuatan baik yang ingin di puji, foto di tempat mewah atau di tempat ibadah, foto dengan gaya yang mengundang hasrat dan syahwat serta masih banyak foto-foto lain yang cenderung berpotensi menjadi foto narsis. Saat ini para remaja yang memposting foto-foto yang berlebihan terkadang tidak bermaksud untuk narsis akan tetapi orang yang melihat mengalami distorsi komunikasi. Adapun rumusan masalah adalah, 1. Bagaimana bentuk foto-foto narsis remaja pada akun media sosial Instagram. 2. Bagaimana terjadi distorsi komunikasi terhadap foto-foto remaja pada akun media sosial Instagram. 3. Bagaimana pandangan Islam terhadap foto narsis dan distorsi komunikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah 1. Untuk mengetahui foto-foto narsis remaja pada akun media sosial Instagram, 2 Untuk mengetahui terjadi distorsi komunikasi terhadap foto-foto remaja pada akun media sosial Instagram, 3. Untuk mengetahui pandangan Islam terhadap foto narsis dan distorsi komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data field research (penelitian lapangan) dan analisis isi, sementara Teknik analisis data dengan cara menelaah seluruh data, pemeriksaan keabsahan data, dan penafsiran data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Bentuk foto narsis pada remaja yang diposting melalui instagram terlihat pada gaya pose, sudut pandang dari objek suatu gambar, fashion yang digunakan serta captions yang ditulis sebagai penjelas atau yang menerangkan makna foto yang diupload di instagram, 2. Distorsi komunikasi pada foto-foto narsis pada remaja, terjadi karena beberapa faktor seperti foto yang ditampilkan tidak teraturan atau hanya sekedar untuk gaya-gayaan anak remaja, kemudian captions yang disisipkan dibawahnya tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan atau makna foto dengan captions bersebrangan (tidak berkesesuaian), 3. Pandangan islam terhadap foto pada hakikatnya boleh selama ia masih memiliki etika dan mengikuti pentunjuk yang diajarkan oleh nabi melalui para ulama, namun foto narsis yang terdapat sifat takabur, ria dan ujub maka ia menjadi haram, karena bertentangan dengan nilai-nilai agama islam.

Kata Kunci : Foto Narsis, Remaja, dan Distorsi Komunikasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak si pengirim dan si penerima informasi dapat memahami.¹ Pada umumnya komunikasi terjadi karena setiap manusia suka berkomunikasi dengan manusia lain, karena itu tiap orang selalu berusaha agar mereka lebih dekat satu sama lain. Kegiatan komunikasi tersebut dilakukan sebagai upaya memenuhi kebutuhan pribadi atau kelompok dengan orang lain. Sebagaimana pandangan Paul Latzlawick, sebagaimana dikutip Mansur Hidayat, bahwa manusia tidak bisa tidak berkomunikasi.²

Komunikasi juga dapat diartikan sebagai bentuk cara seseorang mengekspresikan keadaan dirinya kepada orang lain. Bentuk ekspresi tersebut beragam dan memiliki ciri khas tersendiri. Hal tersebut disebabkan oleh adanya gaya komunikasi atau gaya ekspresi antar seseorang dengan orang lain yang berbeda. Pada setiap aktifitas selalu membutuhkan komunikasi dengan tujuan untuk mengubah sikap dan perilaku seseorang sesuai dengan aturan yang berlaku di tengah masyarakat.

¹ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hal. 8

² Mansur Hidayat, Model Komunikasi Kyai dengan Santri di Pesantren, *Program Pascasarjana Jurusan Interdisciplinary Islamic Studies, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, [Jurnal] Komunikasi Aspikom, Volume 2, Nomor 6, Januari 2016, hlm. 385*

Komunikasi tidak terjadi begitu saja melainkan ada elemen penting yang berperan agar komunikasi berjalan secara efektif. elemen komunikasi terdiri dari komunikator (orang yang menyampaikan), isi (pesan yang disampaikan), media (saluran komunikasi), komunikan (orang yang menerima informasi) serta efek (umpan balik). Komunikasi yang efektif akan terjadi bila lima elemen komunikasi tersebut di penuhi.

Seiring dengan perkembangan zaman, komunikasi tidak hanya terjadi secara *face to face* (tatap muka) melainkan ada media yang dapat memangkas jarak dan waktu, artinya semua orang dapat berkomunikasi dengan menggunakan media sosial. Salah satu media sosial yang sedang menjadi trend dan paling banyak digunakan adalah media sosial berupa instagram. Media sosial instagram dapat memuat video dan gambar sebanyak yang pengguna inginkan.

mayoritas Pengguna instagram adalah anak muda dan remaja untuk mengekspresikan keadaan kepada orang lain. Bentuk ekspresi yang di posting terutama oleh para remaja terkadang berlebihan, melanggar etika bahkan menyimpang dari hukum dan tata krama. Foto yang berlebihan pada kalangan remaja di sebut dengan foto-foto narsis.

Narsis sebenarnya berasal dari kata *narsisisme* (dari bahasa Inggris) atau *narsisme* (dari bahasa Belanda), adalah perasaan cinta terhadap diri sendiri yang berlebihan. Orang yang mengalami gejala ini disebut narsisme. Orang yang mengalami narsis akan cenderung bersikap merasa dirinya lebih unggul dari orang lain, ingin selalu dianggap lebih tinggi walaupun tidak ada prestasi, memiliki sikap sombong dan merendahkan orang lain, terobsesi dengan kecantikan,

kesempurnaan dan semacamnya, suka iri terhadap orang lain, serta melebih-lebihkan diri sendiri.

Memahami pengertian narsis diatas maka bentuk komunikasi melalui foto-foto narsis bertentangan dengan etika komunikasi dan ajaran agama islam. Dalam agama Islam sudah mengatur mengenai adab dan etika dalam berkomunikasi baik secara langsung maupun secara bermedia. Islam mengajarkan untuk menyampaikan yang baik-baik saja dan mencegah dari yang mungkar atau biasa di sebut dengan dakwah, serta melakukan tabayyun dalam menerima informasi. Selain itu islam juga meminta ummatnya untuk menyampaikan informasi yang dapat dipahami oleh orang lain, hal ini untuk mencegah distorsi komunikasi atau gagal paham.

Saat ini para remaja yang memposting foto-foto yang berlebihan terkadang tidak bermaksud untuk narsis akan tetapi orang yang melihat mengalami distorsi komunikasi. Distorsi komunikasi adalah suatu kondisi dimana terjadinya perubahan makna informasi, maksud dan ide antara komunikator dengan komunikan. Distorsi komunikasi bukanlah kesalahan pengertian, tapi penggeseran makna atau perubahan arah dari makna informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Distorsi komunikasi mengakibatkan terjadinya gagal paham dalam berkomunikasi yang bisa terjadi karena berbagai hal, misalnya adat budaya, pendidikan dan masih banyak lainnya. Ketika remaja memposting suatu foto dengan framing (tata letak) yang unik dan sensasi, bisa saja yang melihat atau yang menerima foto menafsirkan tidak sesuai dengan apa yang dimaksud oleh pemilik foto.

Media instagram adalah salah satu media sosial yang menjadi tempat berbagi informasi baik foto maupun video. Pada tahun 2017 yang lalu media instagram menjadi media paling populer, media tersebut tidak hanya digunakan oleh orang dewasa akan tetapi juga digunakan oleh para remaja. Foto-foto yang diposting melalui media instagram tidak selalu bermaksud narsis oleh remaja yang memposting foto tersebut. Namun dalam persepsi orang lain yang melihat foto tersebut dapat memberikan penilaian bahwa foto tersebut berbentuk narsis, hal ini disebabkan oleh adanya persepsi.

Persepsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berarti tanggapan (penerimaan) langsung hal yang melalui pancaindra.³ Menurut Chaplin, persepsi adalah proses mengetahui atau mengenal objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera⁴. Sementara Jalaluddin Rahmat persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁵

Salah satu prinsip komunikasi adalah melibatkan prediksi peserta komunikasi, ketika seseorang berkomunikasi, mereka meramalkan efek/persepsi para komunikan dalam menerima pesan yang disampaikan. Dengan kata lain, komunikasi juga terikat oleh aturan dan tata krama. Artinya, orang-orang yang

³ Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hal. 863

⁴ Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi Terjemahan Kartini Kartono*, (Jakarta: PT Grafindo Pers 1993), hal. 358

⁵ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996), hal. 51

memilih strategi tertentu berdasarkan bagaimana orang yang menerima pesan akan merespon.⁶

Remaja pada umumnya tidak paham akan foto yang ditampilkan disalah maknakan oleh orang yang melihatnya, sehingga foto yang ditampilkan di instagram asal posting tanpa ada pertimbangan. Foto-foto yang diposting para remaja biasanya menampilkan sesuatu yang berlebihan dan menampilkan kemewahan, seperti pakaian baru, makanan yang mewah, perbuatan baik yang ingin di puji, foto di tempat mewah atau di tempat ibadah, foto dengan gaya yang mengundang hasrat dan syahwat serta masih banyak foto-foto lain yang cenderung berpotensi menjadi foto narsis.

Foto-foto seperti yang disebut diatas tentunya para remaja tidak semua bermaksud untuk menyombongkan diri atau memamerkan kemewahan, ada kalanya foto tersebut bersifat ajakan atau menyebarkan informasi mengenai suatu atau pakaian agar orang lain juga dapat melakukan hal yang sama. Kesalahan pemaknaan terhadap foto disebabkan adanya salah persepsi dari penerima serta adanya distorsi komunikasi dari remaja yang memposting foto-foto tersebut.

Umumnya masa remaja dipandang sebagai suatu tahap perkembangan dimulai pada masa datangnya puberitas dan diakhiri pada masa datangnya kedewasaan. Usia remaja sejumlah pakar mengatakan antara 14-21 tahun, di Kota Banda Aceh usia tersebut merupakan usia sekolah SMP hingga perguruan tinggi, namun umumnya dalam pengertian masyarakat bahwa remaja adalah siswa dan siswi sekolah menengah atas. Di Banda Aceh jumlah sekolah SMA sangat

⁶ Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 105

Banyak, untuk membatasi remaja yang menggunakan instagram maka penulis memilih salah satu sekolah yaitu sekolah SMA Inshafuddin Banda Aceh.

Dari permasalahan diatas penulis ingin meneliti serta memberikan solusi dari permasalahan dengan judul “**Distorsi Komunikasi Pada Foto-Foto Selfie Narsis Pada Remaja (Kajian Pada Remaja Pengguna Instagram)**” dimana foto-foto yang di unggah oleh remaja di akun Instagram terjadi komunikasi serta adanya salah persepsi dari orang yang melihat foto remaja di akun Instagram.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk foto-foto narsis remaja pada akun media sosial Instagram ?
2. Bagaimana terjadi distorsi komunikasi terhadap foto-foto remaja pada akun media sosial Instagram ?
3. Bagaimana pandangan Islam terhadap foto narsis dan distorsi komunikasi ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dan dalam rangka penelitian ini, maka terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, diantaranya:

1. Untuk mengetahui foto-foto narsis remaja pada akun media sosial Instagram.

2. Untuk mengetahui terjadi distorsi komunikasi terhadap foto-foto remaja pada akun media sosial Instagram.
3. Untuk mengetahui pandangan Islam terhadap foto narsis dan distorsi komunikasi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai Distorsi Komunikasi Pada Foto-Foto Selfie Narsis Pada Remaja (Kajian Pada Remaja Pengguna Instagram) diharapkan dapat memberi manfaat yaitu :

1. Manfaat teoritis
 - a. Dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan sebagai kajian ilmiah khususnya dalam bidang komunikasi dan media sosial.
 - b. Dapat dijadikan bahan referensi atau pedoman untuk penelitian lebih lanjut tentang komunikasi media sosial terutama pada kalangan remaja.
2. Manfaat praktis
 - a. Memberikan masukan bagi remaja agar memperhatikan foto-foto yang akan di posting di media instagram agar tidak terjadi distorsi komunikasi.
 - b. Memberi masukan kepada remaja agar bisa memahami makna-makna yang terkandung dalam setiap foto yang mereka unggah, baik makna tersirat maupun makna tersurat.

E. Pengertian Istilah

1. Distorsi Komunikasi

Distorsi komunikasi adalah perubahan makna atau arti dari suatu informasi/ pesan yang secara sengaja maupun tidak sengaja akan mengubah isi informasi. Atau bisa juga disebut kurang tepatan atau perbedaan arti diantara pesan/ informasi yang dikirim dalam suatu proses komunikasi.⁷

Distorsi komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini ialah perubahan atau perbedaan makna pesan yang diberikan komunikator kepada komunikan yang secara sengaja atau tidak sengaja akan mengubah isi informasi. Atau bisa juga disebut kurang tepatan atau perbedaan arti diantara informasi yang diberikan.

2. Remaja

Remaja berasal dari kata latin *Adolensence* yang berarti tumbuh menjadi dewasa. Remaja yang digunakan untuk masyarakat Indonesia, yaitu mereka yang berusia antara 11-24 tahun dan belum menikah, bagi mereka yang berusia 11-24 tahun, tapi sudah menikah mereka tidak disebut remaja, akan tetapi mereka yang berusia 24 tahun dan masih menggantungkan hidupnya kepada orang tua masih disebut remaja tidak lagi statusnya sebagai anak (anak kecil).⁸

Remaja yang dimaksudkan peneliti adalah remaja yang menggunakan media sosial yang khususnya media Instagram yang mengupload foto-foto selfi

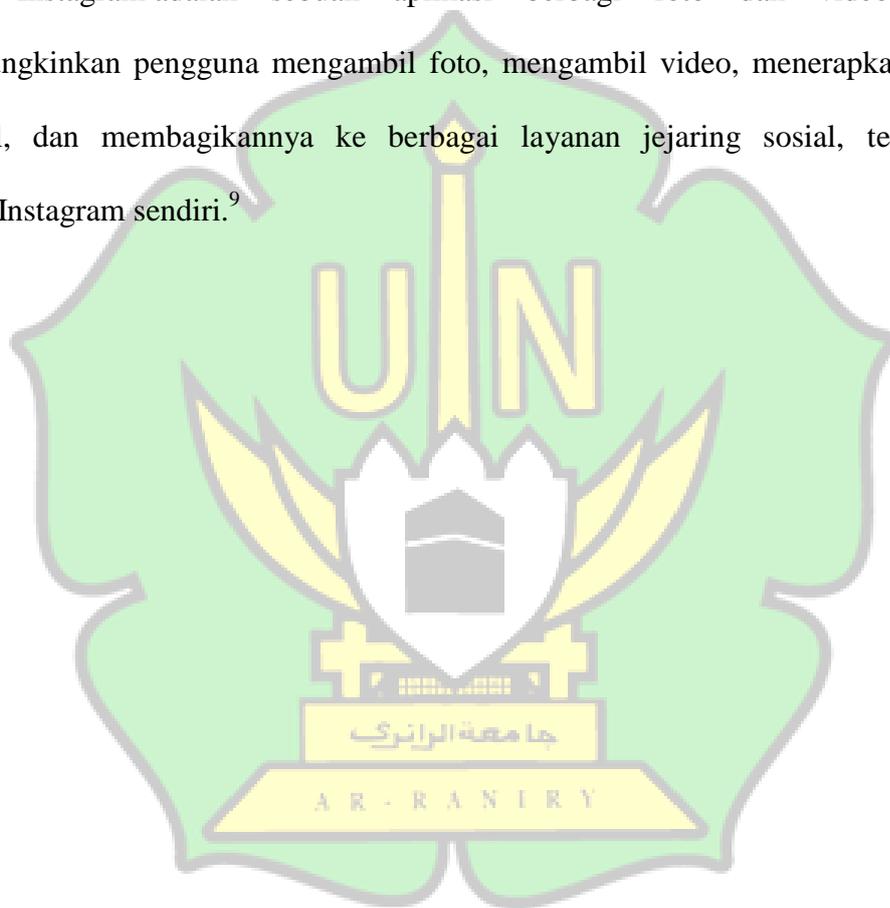
⁷ Abdul Karim Batubara, *Distorsi Pesan Dalam Perpustakaan*, (Jurnal Iqra' Volume 09 No. 02, 2015). Hal. 2-3

⁸ Rudi Mulyatiningsih, *Bimbingan Pribadi Sosial, Belajar Dan Karier*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2004). Hal. 4

narsis. Remaja yang peneliti ambil remaja yang sekolah di SMA Inshafuddin Banda Aceh yang menggunakan Instagram yang mengupload fotonya di media tersebut.

3. Media Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.⁹



⁹ Di kutip pada website <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian mengenai distorsi komunikasi pada foto-foto selfi narsis pada remaja (kajian pada remaja pengguna Instagram) belum ada yang meneliti sepanjang penulis ketahui namun ada kemungkinan yang serupa sehingga keaslian skripsi ini dapat dipertanggungjawabkan, adapun penelitian skripsi sebelumnya yang dilakukan oleh Pajar Hatma Indra Jaya tentang “Distorsi Komunikasi Pembangunan Pemerintahan Presiden Jokowi di Media Sosial” dalam penelitian tersebut adanya distorsi komunikasi yang terjadi di masyarakat mengenai pembangunan yang dilakukan pemerintahan Jokowi yang disampaikan melalui media sosial. Berikut ini hasil penelitian yang ambil sebagai bahan kajian terdahulu.

Presiden Jokowi memiliki citra pemimpin pro-wong cilik dan berasal dari partai nasionalis. Pada bulan Desember 2016 sampai Januari 2017 muncul banyak berita di media sosial yang berbeda dengan image tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memeriksa dan mengeksplorasi distorsi pemberitaan tersebut. Penelitian ini menemukan bahwa framing pemberitaan versi pemerintah tidak mendominasi informasi di media sosial. Berita yang dominan adalah fakta yang sebagian telah dihilangkan, ditambah, ataupun diinterpretasi sesuai kepentingan pengutip sehingga menjadi hoax. Penelitian ini menguatkan konsepsi Barthes, Boudrilad, dan Eco bahwa di era media sosial banyak berita menunjukkan kematian realitas.

Perbedaan dengan penelitian skripsi ini ialah mengkaji distorsi pesan pada remaja yang mengupload foto-foto selfi narsis di Instagram, sedangkan penelitian terdahulu ini mengkaji tentang distorsi pesan pembangunan yang disampaikan oleh presiden. Distorsi pada penelitian terdahulu ini mengkaji tentang distorsi pada pesan yang disampaikan atau diberitakan oleh media masalah pembangunan yang dilakukan presiden. Disinilah terjadi kesalahpahaman atau perubahan makna atau biasa disebut distorsi komunikasi. Sedangkan pada penelitian skripsi ini peneliti meneliti tentang masalah distorsi komunikasi pada foto-foto selfi narsis pada remaja (kajian pada remaja pengguna Instagram).

Persamaan dengan kajian terdahulu ialah sama-sama meneliti distorsi pada pesan komunikasi.

B. Komunikasi Dan Ruang Lingkupnya

1. Pengertian komunikasi

Salah satu persoalan di dalam memberi pengertian komunikasi, adalah banyaknya definisi yang telah dibuat oleh para pakar menurut bidang ilmunya. Hal ini disebabkan karena banyaknya disiplin ilmu yang telah memberi masukan terhadap perkembangan ilmu komunikasi, misalnya psikologi, sosiologi, antropologi, ilmu politik, ilmu manajemen, linguistik, matematika, ilmu elektronika dan sebagainya.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut dengan *communication*, berasal dari kata *communicatio* atau dari kata *communis* yang berarti sama atau

sama maknanya atau pengertian bersama, dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima dan melaksanakan apa yang diinginkan oleh komunikator. Dari garis besarnya dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil baik apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak si pengirim dan si penerima informasi dapat memahami.¹

Ada beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli seperti yang dikutip oleh H.A.W Widjaja dalam bukunya komunikasi dan hubungan masyarakat sebagai berikut:

- a. James A.F. Stoner, dalam bukunya yang berjudul : Manajemen, Menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang berusaha memberikan pengertian dengan cara pemindahan pesan.
- b. John R. Scherhorn cs. Dalam bukunya yang berjudul: *Managing Organizational Behavior*, menyatakan bahwa komunikasi itu dapat diartikan sebagai proses antar pribadi dalam mengirim dan menerima simbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka.
- c. Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa:

¹ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2008), hal.8

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide diahlikan dari sumber kepada satu peneroma atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”

- d. Definisi Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa:

*“Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”.*²

2. Elemen Komunikasi

Setiap peristiwa komunikasi dalam tingkat apapun, apakah komunikasi antar pribadi ataupun komunikasi massa, akan melibatkan elemen-elemen komunikasi. Para ahli komunikasi telah lama meneliti masing-masing elemen komunikasi untuk menentukan peran dari masing-masing dalam menentukan efektivitas komunikasi. Pada umumnya studi komunikasi pada masa lalu lebih menekankan pada upaya bagaimana membujuk (persuasi) sebagai bentuk efek yang diinginkan. Dengan kata lain, pengirim pesan berusaha meyakinkan orang untuk mau melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu. Namun perkembangan mutakhir belakangan ini menunjukkan penelitian komunikasi telah semakin luas dalam hal cakupan efek yang dipelajari. Komunikasi tidak hanya terbatas pada upaya membujuk tetapi juga upaya memaksa.

² Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 1998), hal. 18-19.

Menurut Joseph Domonick sebagaimana dikutip oleh Morisson dalam bukunya *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi: sumber, encoding, pesan, saluran, decoding, umpan balik, dan gangguan. Pada dasarnya gagasan mengenai elemen komunikasi berdasarkan unsur-unsur atau elemen yang membentuknya.³

a. Sumber (Komunikator)

Proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (*source*) atau pengirim pesan yaitu gagasan, ide atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sumber atau pengirim pesan sering pula disebut dengan “komunikator”. Sumber atau komunikator bisa jadi adalah individu, kelompok atau bahkan organisasi, komunikator mungkin mengetahui atau tidak mengetahui pihak yang akan menerima pesannya. Jika anda sedang berbicara dengan seorang teman bisa jadi anda sudah mengetahui siapa teman Anda itu, bagaimana sifatnya, hal-hal apa saja yang mungkin akan menyinggung perasaannya. Anda akan berusaha menghindari untuk mengeluarkan kata-kata yang dapat menyinggung perasaan atau membuat teman Anda marah.

b. Encoding

Encoding dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-ide ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima. Jika Anda akan mengatakan sesuatu,

³ Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, (Jakarta: Kencana. 2013), hal 16

maka otak dan lidah akan bekerja sama untuk menyusun kata-kata dan membentuk kalimat. Ketika Anda menulis surat, otak dan jari tangan akan bekerja sama untuk menghasilkan pola-pola atau bentuk yang terlihat di atas kertas. Jika Anda seorang sutradara film maka mungkin Anda akan meminta juru kamera untuk mengambil gambar objek-objek tertentu yang dapat mewujudkan imajinasi yang ada dipikiran Anda.

c. Pesan

Ketika berbicara maka kata-kata yang kita ucapkan adalah pesan (*messages*). Ketika Anda menulis surat maka apa yang Anda tuliskan di atas kertas adalah pesan. Jika Anda tengah menonton televisi maka program yang tengah Anda saksikan atau dengar dengar adalah pesan. Pesan memiliki wujud (*physical*) yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra. Dominick mendefinisikan pesan sebagai: *the actual physical product that the source encodes.*(produk fisik actual yang telah di encoding sumber). Harap diperhatikan perbedaan encoding dengan pesan karena keduanya tampak serupa. Encoding adalah proses yang terjadi di otak untuk menghasilkan pesan, sedangkan pesan adalah hasil dari proses encoding yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra.⁴

d. Saluran

Saluran atau *channel* adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada penerima. Gelombang radio membawa kata-kata yang diucapkan penyiar di studio atau memuat pesan visual yang ditampilkan di layar kaca televise.

⁴ Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*,hal 18

Aliran udara dapat juga berfungsi sebagai saluran. Ketika Anda mencium bau aroma makanan maka udara bertindak sebagai saluran yang menyampaikan pesan ke hidung Anda. Pesan apa yang Anda terima ketika Anda mencium wangi parfum mahal dari tubuh seorang wanita yang berdiri di dekat Anda. Bagaimana jika orang yang berbeda di dekat Anda berbau aroma bawang. Orang buta menggunakan sentuhan ketika membaca huruf braile. Sentuhan juga merupakan saluran. Pesan terkadang membutuhkan lebih dari satu saluran untuk dapat mencapai penerimanya. Suara penyiar di stasiun radio menggunakan saluran gelombang elektromagnetik untuk mencapai pesawat radio penerima yang kemudian mengubahnya menjadi gelombang suara yang merambat melalui udara sebelum mencapai telinga pendengarnya.

e. Decoding

Kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses decoding yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses encoding. Decoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima. Ketika Anda membaca kalimat pada buku ini maka Anda melakukan decoding terhadap pesan yang ada di buku ini. Jika Anda juga mendengarkan radio sambil membaca buku ini maka Anda melakukan dua decoding secara serentak, satu audio dan satu visual. Baik manusia atau teknologi (misalnya radio dan televisi) merupakan dekoder yaitu elemen komunikasi yang melakukan decoding.⁵

⁵ Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, ...hal 20

f. Penerima (*komunikan*)

Penerima atau *receiver* atau disebut juga audiensi adalah saran atau targer dari pesan. Penerima sering pula disebut dengan “komunikan”. Penerima dapat berupa satu individu, satu kelompok, lembaga atau bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. Siapa yang akan menerima pesan (penerima pesan) dapat ditentukan oleh sumber, misalnya dalam komunikasi melalui telepon. Namun adakalanya penerima pesan tidak dapat ditentukan oleh sumber misalnya dalam program siaran televisive. Perlu diperjelas di sini bahwa dalam situasi tertentu, sumber dan penerima pesan dapat langsung berhubungan namun dalam kesempatan lain sumber dan penerima pesan dipisah oleh ruang dan waktu.

g. Umpan Balik

Umpan balik atau *feedback* adalah tanggapan atau respon dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi. Artinya sumber pertama kemudian menjadi penerima, sementara penerima pertama menjadi sumber baru. Umpan balik berguna bagi sumber karena umpan balik memungkinkan sumber untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang muncul. Umpan balik juga penting bagi penerima karena memungkinkan penerima berusaha untuk mengubah elemen-elemen dalam proses komunikasi.

Umpan balik terdiri atas dua jenis, yaitu umpan balik positif dan umpan balik negative. Umpan balik positif dari penerima akan mendorong lebih

jauh proses komunikasi sementara umpan balik negative akan mengubah proses komunikasi atau bahkan mengakhiri komunikasi itu sendiri.

h. Gangguan

Elemen terakhir dalam komunikasi adalah gangguan atau *noise*. Gangguan dapat diartikan sebagai sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Gangguan yang sangat kecil mungkin dapat diabaikan, namun terlalu banyak gangguan dapat menghambat pesan untuk mencapai tujuannya. Setidaknya terdapat tiga jenis gangguan yaitu: gangguan semantic, gangguan mekanik, dan gangguan lingkungan.⁶

3. Fungsi dan Tujuan Komunikasi

a. Fungsi Komunikasi

Menurut H.A.W Widjaja apabila komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut :

- 1) Informasi : Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyabaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- 2) Sosialisasi (pemasyarakatan) : Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat

⁶ Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, hal 26

yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.

- 3) Motivasi : Menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.
- 4) Perdebatan dan diskusi : Menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional dan lokal.
- 5) Pendidikan : Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- 6) Memajukan kebudayaan : Penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horison seseorang, membangunkan imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.
- 7) Hiburan : Penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan image dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, musik, olah raga, permainan dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.

- 8) Integrasi : Menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.⁷

b. Tujuan Komunikasi

Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain:

- 1) Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan
- 2) Memahami orang lain. Kita sebagai pejabat atau pemimpin harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya jangan mereka menginginkan arah untuk pergi ke Barat tetapi kita memberikan jalan pergi ke Timur.
- 3) Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain. Kita harus berusaha agar gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
- 4) Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu. Menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan yang dimaksudkan disini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong,

⁷ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2008), hal. 9-10

namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang baik untuk melakukannya.⁸

C. Persepsi Dalam Komunikasi

1. Pengertian Persepsi

Persepsi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, berarti tanggapan (penerimaan) langsung hal yang melalui pancaindra.⁹ Menurut Chaplin, persepsi adalah proses mengetahui atau mengenal objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera.¹⁰ Sementara Jalaluddin Rahmat persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.¹¹

Persepsi adalah penginderaan terhadap suatu kesan yang timbul dalam lingkungannya. Penginderaan itu dipengaruhi oleh pengalaman, kebiasaan, dan kebutuhan.¹² Persepsi merupakan bayangan dari setiap orang akan suatu obyek dan hasilnya berbeda-beda. Secara etimologi memberikan definisi mengenai persepsi, bahwa persepsi berasal dari bahasa Inggris adalah kata *perception*, berasal dari bahasa Latin *perception*, dan *percipare* yang berarti menerima atau mengambil. Leavit juga mendefinisikan persepsi berdasarkan dua sudut pandang, jika persepsi dalam arti sempit adalah sebagai penglihatan, dalam konteks

⁸ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat...*hal. 10-11.

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hal. 863

¹⁰ Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi Terjemahan Kartini Kartono*, (Jakarta: PT Grafindo Pers 1993), hal. 358

¹¹ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996), hal. 51

¹² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya Offset, 2011) hlm: 102

bagaimana seseorang melihat sesuatu. Dalam arti luas, persepsi ialah pandangan atau pengertian, bagaimana seseorang memandang atau mendefinisikan atau memberikan arti terhadap sesuatu.

Untuk lebih memahami persepsi, berikut adalah beberapa definisi persepsi yang dikemukakan oleh para ahli sebagaimana dikutip oleh Dedi Mulyana berikut.¹³ Menurut Brian Fellows: Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi. menurut Kenneth A. Sereno dan Edwar M. Bodaken, Persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita. Senada dengan itu Philip Goodacre dan Jennifer Follers menyatakan bahwa Persepsi adalah proses mental yang digunakan untuk mengenali rangsangan. Sementara Joseph A. DeVito menyatakan bahwa Persepsi adalah proses dengan di mana kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.

2. Proses terjadinya persepsi

a. Proses Fisik

Maksudnya adalah tanggapan tersebut dimulai dengan objek yang menimbulkan stimulus dan akhirnya stimulus itu mengenai alat indera atau reseptor.

b. Proses Fisiologis

Yang dimaksud dengan proses fisiologis adalah stimulus yang diterima oleh alat indera kemudian dilanjutkan oleh syaraf sensorik ke otak.

¹³ Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar...*, hal. 168

c. Proses Psikologis

Yang dimaksud dengan proses psikologis adalah proses yang terjadi dalam otak sehingga seseorang dapat menyadari apa yang diterima dengan reseptor itu sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya.

3. Jenis-Jenis Persepsi

a. Persepsi Diri

Persepsi diri individu merupakan cara seseorang menerima diri sendiri. Persepsi diri berbasis pada apa yang di kagumi sejauh mana objek yang di persepsi itu bernilai bagi dia. Konsep diri itu dibentuk oleh bagaimana individu diterima dalam suatu kelompok tertentu, juga dibentuk oleh pengalaman masa lalu, atau yang berbasis pada asas manfaat atas informasi yang dia terima.

b. Persepsi Lingkungan

Persepsi lingkungan dibentuk berdasarkan konteks dimana informasi itu diterima. Contoh jika seorang anak muncul tiba-tiba di depan pintu dan membuat orang tuanya kaget, maka sang ayah akan bilang, “saya tidak suka kamu membuat ayah kaget”. Contoh ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kata-kata yang diucapkan sang ayah telah mengalami perubahan makna, ini berarti lingkungan di sekeliling kita dapat membentuk penyaring mental bagi persepsi manusia terhadap informasi.

c. Persepsi yang Dipelajari

Persepsi yang dipelajari merupakan persepsi yang terbentuk karena individu yang mempelajari sesuatu dari lingkungan sekitar, misalnya dari kebudayaan

dan kebiasaan teman-teman atau orang tua. Persepsi yang dipelajari berbentuk pikiran, ide atau gagasan dan keyakinan yang kita pelajari dari orang lain. Jadi reaksi setiap individu berbasis pada persepsi yang dia telah pelajari.

d. Persepsi Fisik

Persepsi dibentuk berdasarkan pada dunia yang serba terukur, misalnya secara fisik kita mendengar dan melihat sesuatu lalu di ikuti dengan bagaimana kita memproses apa yang dilihat itu dalam pikiran dan akal.

e. Persepsi Budaya

Persepsi budaya berbeda dengan persepsi lingkungan, sebab persepsi budaya mempunyai skala yang sangat luas dalam masyarakat. Sedangkan persepsi lingkungan menggambarkan skala yang sangat bervariasi dari satu desa ke desa yang lain, dan dari satu bangsa kebangsaan lain.¹⁴

D. Distorsi Komunikasi

1. Pengertian Distorsi Komunikasi

Distorsi Komunikasi adalah perubahan makna atau arti dari suatu informasi/pesan yang secara sengaja mau pun tidak sengaja akan mengubah isi informasi. Atau bisa juga disebut kurang tepatan atau perbedaan arti diantara pesan/informasi yang dikirim dalam suatu proses komunikasi.

Komunikasi yang terdistorsi merupakan salah satu sumber konflik, karena cara dan isi informasi membuat orang bertentangan satu sama lain dan dapat

¹⁴ Alo Lilliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna...*hal. 156

menimbulkan permasalahan relasi sosial yang lain. Memperhatikan adab dalam berkomunikasi atau melakukan komunikasi yang bertanggung jawab merupakan salah satu upaya untuk mengurangi distorsi komunikasi.

Ketepatan komunikasi menunjuk kepada kemampuan orang untuk memproduksi atau menciptakan suatu pesan yang tepat. Dalam komunikasi, istilah ketepatan digunakan untuk menguraikan tingkat persesuaian di antara pesan yang diciptakan oleh si pengirim dan reproduksi si penerima mengenai pesan tersebut. Atau dengan kata lain tingkat persesuaian arti pesan yang dimaksudkan si pengirim dengan arti yang diinterpretasikan oleh penerima.

Arni Muhammad mengatakan bahwa kekurangan ketepatan atau perbedaan arti diantara yang dimaksudkan oleh si pengirim dengan interpretasi si penerima dinamakan distorsi. Perbedaan arti atau distorsi pesan dapat merupakan hal yang kritis dalam organisasi. Misalnya salah menginterpretasikan instruksi pemakaian suatu komputer dapat menimbulkan kerusakan yang fatal bagi komputer tersebut.¹⁵

2. Faktor-Faktor Terjadinya Distorsi Komunikasi

Ada sejumlah prinsip yang merefleksikan faktor-faktor personal yang memberikan kontribusi pada distorsi pesan. Faktor-faktor ini biasanya berasal dari konsep mengenai komunikasi sebagai tingkah laku dan proses. Faktor utama yang memberikan kontribusi pada distorsi pesan dalam proses komunikasi adalah persepsi mengenai proses komunikasi tersebut. Hal-hal yang berkenaan dengan

¹⁵ Abdul Karim Batubara, *Distorsi Pesan Dalam Perpustakaan*, (Jurnal Iqra' Volume 09 No. 02, 2015). Hal. 2-4

persepsi mengenai proses yang ikut mempengaruhi proses komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Anggota organisasi mengamati sesuatu secara seleksi.

Secara fisiologis, indera manusia memiliki keterbatasan dalam penggunaannya. Terkadang, pemusatan perhatian terhadap stimulus hanya mampu dilakukan oleh satu indra tertentu sehingga ketidakmampuan manusia untuk melakukan multi-tasking atau pemusatan dua atau lebih indra di saat yang bersamaan mampu mengakibatkan distorsi pesan yang fatal. Misalnya, jika seorang anggota organisasi sedang memikirkan secara keras kondisi keluarganya, akan sangat mungkin ia mengacuhkan informasi sekilas dari rekan kerjanya yang memintanya untuk menemui pimpinan perusahaan. Karena adanya kecenderungan manusia untuk memusatkan perhatian dengan menyeleksi pesan-pesan yang tertangkap oleh indranya, menjadikan pesan yang tak terpilih harus terbuang dan tak berhasil terinterpretasikan oleh penerima.

- b. Orang melihat sesuatu konsisten dengan apa yang mereka percayai.

Manusia cenderung memilih pesan yang ingin ia interpretasikan konsisten dengan apa yang ia percayai. Maksudnya, kecenderungan untuk menyandikan pesan sudah diatur di alam bawah sadar seseorang sehingga terkadang pesan yang tak sesuai dengan kepercayaan yang ia bawa akan tersisih. Konsep ini juga sama dengan prinsip primordialisme atau stigma yang mendasarkan penilaian terhadap yang “sudah ada” bukan yang “sedang ada”.

- f. Arti suatu pesan terjadi pada level isi dan hubungan.

Isi pesan adalah hal-hal substansial yang terkandung di dalam sebuah pesan, baik itu ide, gagasan, pendapat, dan hal-hal lain yang bersifat informatif, sedangkan hubungan merujuk pada pola bagaimana penyampaian pesan tersebut berlangsung, utamanya emosi yang menyertai dalam proses pengiriman pesan. Misalnya dapat ditemukan pada bentuk ekspresi, baik itu tersenyum, berduka, ceria dan hal-hal relasional lainnya. Ketika hal ini tidak terpenuhi dalam proses komunikasi, baik dikarenakan adanya ketidaksinambungan isi pesan dengan hubungan atau misinterpretasi komunikasi terhadap bentuk atau pola kedua hal tersebut, menyebabkan acapkali distorsi pesan mudah terjadi.

- g. Distorsi pesan diperkuat oleh tidak adanya kesinambungan antara bahasa verbal dan non-verbal.

Seperti yang pernah dibahas dalam dasar-dasar ilmu komunikasi, pesan verbal dan non-verbal memiliki sinergitas yang erat pada proses komunikasi. Konsistensi kedua bentuk pesan tersebut dalam rangka menyempurnakan isi pesan verbal dengan tampilan pesan non-verbal membuat distorsi dalam interpretasi pesan semakin tinggi. Misalnya, jawaban yang disampaikan adalah “baiklah” namun diikuti dengan mimik kekecewaan seakan jawaban sebenarnya adalah “tidak” akan menimbulkan kebingungan dan ketidakpastian pada diri komunikan. Namun biasanya, komunikan lebih memilih mempercayai pesan non-verbal yang diasumsikan sebagai “kejujuran yang tak terkendali”.

- h. Pesan yang meragukan sering mengarahkan pada gangguan.

- i. Kecenderungan memori ke arah penejaman dan penyamarataan detail.

Secara psikologis dan neurologis, manusia memiliki dua kecenderungan ekstrim dalam menginterpretasi sebuah pesan. Pada satu kecenderungan, manusia tertentu lebih sering menggeneralisasikan informasi yang ia dapat dan buru-buru menyimpulkan tanpa verifikasi detail pesan itu lebih rinci lagi, namun pada sisi lain, ada juga tipe interpretasi manusia yang cenderung menspesifikasi stimulus pesan yang ia terima lebih rinci sehingga detail pesan yang sebenarnya dapat diterima dan makna pesan yang dikirim oleh komunikator dapat menemukan kesepahaman dengan komunikan.

- j. Motivasi mungkin membangkitkan distorsi pesan.

Motivasi seorang komunikan dalam menginterpretasi sebuah pesan juga memiliki pengaruh tersendiri terhadap pemunculan distorsi atau gangguan pesan dalam sebuah organisasi. Ada tiga bagian motivasi pencetus distorsi pesan menurut Muhammad Arni dalam bukunya “Komunikasi Organisasi”, yaitu:

- 1) Sikap terhadap isi pesan. Sikap negatif prematur seseorang terhadap isi sebuah pesan, setelahnya mampu memengaruhi interpretasi isi pesan secara keseluruhan. Artinya, impresi yang buruk yang isi pesan berikan dapat menjadi penentu gangguan yang muncul dalam penyandian makna pesan.
- 2) Keinginan atau minat. Keinginan atau minat seseorang terhadap unsur-unsur komunikasi, baik itu pada kualifikasi subjektif komunikator atau nilai subjektif komunikan terhadap isi pesan dapat memengaruhi tingkat

keseragaman makna antara komunikan dengan komunikator terhadap isi pesan.

Keinginan komunikator untuk memodifikasi pesan yang ingin dikirimkan. Jika kedua faktor sebelumnya berbicara dari sisi komunikan, maka aspek ketiga ini menyorot faktor internal komunikator. Komunikator terkadang melihat kesesuaian antara konteks pesan dengan khalayak yang ia ingin paparkan pada pesan tersebut. Komplektisitas sebuah pesan dapat mengalami modifikasi “habis-habisan” ke arah bentuk pesan yang lebih sederhana dan dapat dimengerti oleh komunikan. Namun niat baik ini terkadang menemui ketidakkonsistenan makna atau arti sebenarnya yang pesan miliki justru setelah mengalami perubahan demi adaptasi terhadap komunikan.

E. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial: proyek kolaborasi (misalnya, wikipedia), blog dan microblogs

(misalnya, twitter), komunitas konten (misalnya, youtube), situs jaringan sosial (misalnya, facebook, instagram), virtual game (misalnya, world of warcraft), dan virtual social (misalnya, second life).

Jejaringan sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain facebook, myspace, plurk, twitter, dan instagram. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses instagram misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai

tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

2. Fungsi Media Sosial

Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

- a. Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (“one to many”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audienc (“many to many”).
- c. Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Selanjutnya McQual berpendapat bahwa fungsi utama media bagi masyarakat adalah :

- a. Informasi
- b. Korelasi
- c. Kesenambungan
- d. Hiburan
- e. Mobilisasi

3. Instagram

- a. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi – bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mem-follow akun instagram kita. Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto membuat banyak pengguna yang turun ke bisnis online turut mempromosikan produk-produknya lewat Instagram.¹⁶

Media sosial Instagram adalah suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang didalamnya juga terdapat fitur-fitur lain seperti DM (Direct Message), comment, love dan lain-lain.

b. Fitur Instagram

Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantara sekian banyak fitur yang ada di Instagram, ada beberapa fitur yang digunakan oleh organizer dalam menjalankan komunikasi pemasarannya, fitur tersebut adalah:

1) *Followers (pengikut)*

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah

¹⁶ M. Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, (Yogyakarta: Kobis, 2005). Hal. 137

foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram.

2) *Upload Foto (Mengunggah Foto)*

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto di iDevice tersebut.

3) *Judul Foto*

Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam Instagram sendiri ataupun ke jejaring sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaring sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut.

4) *Arroba (@)*

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna lain yang juga, dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun Instagram pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Para pengguna dapat menyinggung pengguna lainnya dengan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

5) *Tanda suka (Like)*

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

6) *Popular (Explore)*

Bila sudah foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak.

F. Etika Komunikasi

1. Pengertian Etika Komunikasi

Secara etimologi (bahasa) kata etika berasal dari bahasa Yunani yakni *ethos*. Dalam bentuk tunggal, *ethos* berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan cara berfikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* yang berarti kebiasaan. Etika juga diartikan tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak), kumpulan asas

atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, serta nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.¹⁷

Sedangkan menurut istilah, para ahli memberikan definisi yang berbeda. Salah satunya menurut William Benton, dalam *Enchyclopedia Britannica* yang terbit pada tahun 1972, bahwa etika adalah studi yang sistematis dari konsep-konsep nilai baik, buruk, harus, benar, salah dan sebagainya atau tentang prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita dalam penerapannya di dalam segala hal. Sedangkan menurut Louis O. Kattsoff dalam bukunya *Elements of Philosophy* yang diterbitkan tahun 1953, menjelaskan bahwa etika adalah cabang aksiologi yang pada pokoknya mempersoalkan tentang predikat baik dan buruk (dalam arti susila atau tidak susila).¹⁸ Venderber memberikan pendapat, bahwa etika adalah standar-standar moral yang mengatur perilaku kita, bagaimana kita bertindak dan mengharapkan orang lain bertindak. Etika pada dasarnya merupakan dialektika antara kebebasan dan tanggungjawab, antara tujuan yang hendak dicapai dan cara untuk mencapai tujuan itu. Etika berkaitan dengan penilaian tentang perilaku benar atau tidak benar, yang baik atau tidak baik, yang pantas atau tidak pantas, yang berguna atau tidak berguna, dan harus dilakukan atau tidak dilakukan.¹⁹

Telah dikemukakan sebelumnya pendapat beberapa ahli mengenai pengertian komunikasi. Salah satunya adalah Berelson dan Steiner, mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi,

¹⁷ Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1995). Hal. 237

¹⁸ Kismiyati El Karimah & Uud Wahyudin, *Filsafat dan Etika Komunikasi*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2010). Hal. 60

¹⁹ Deddy Mulyana, *Etika Komunikasi: Konstruksi Manusia yang Terikat Budaya*, (Bandung: Rosda Karya, 1996). Hal. 8

keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lainnya.

Etika komunikasi kemudian penulis definisikan sebagai kaidah atau prinsip mengenai apa yang baik dan buruk serta membedakan perilaku atau sikap yang dapat diterima dalam proses berkomunikasi.

2. Etika Komunikasi Islam

Banyak orang mendefinisikan komunikasi Islam, diantaranya ialah Hussain yang mengatakan bahwa komunikasi Islam merupakan suatu proses menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip dan kaidah komunikasi yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadis. Kemudian, Mahyuddin Abd. Halim juga mendefinisikan komunikasi Islam sebagai proses penyampaian atau pengoperan hakikat kebenaran agama Islam kepada khalayak yang dilaksanakan secara terus menerus dengan berpedoman kepada Al-Quran dan Sunnah baik secara langsung ataupun tidak, melalui perantara media umum atau khusus, yang bertujuan untuk membentuk pandangan umum yang benar berdasarkan hakikat kebenaran agama dan memberi kesan kepada kehidupan seseorang dalam aspek aqidah, ibadah dan muamalah.²⁰

Jadi, yang dimaksud etika komunikasi Islam dapat diartikan sebagai nilai-nilai yang baik dan buruk, yang pantas dan tidak pantas, yang berguna dan tidak berguna, dan yang harus dilakukan dengan tidak boleh dilakukan ketika

²⁰ Syukur Kholil, *Komunikasi Islami*, (Bandung: Citapustaka Media, 2007). Hal. 2

melakukan proses komunikasi. Sedangkan nilai-nilai etika komunikasi Islam bersumber pokok ajaran Islam yakni Al-Quran dan Hadis.²¹

Dalam berkomunikasi, komunikator wajib mempertimbangkan patut atau tidaknya informasi yang ia sampaikan. Dalam hal ini, komunikator tidak boleh menyampaikan berita yang membahayakan komunikan, atau menyampaikan informasi yang dapat menyinggung perasaan umat beragama, suku, ras, golongan tertentu. Dalam Al-Quran dapat ditemui tuntunan yang sangat baik secara etika dalam berkomunikasi ini yakni :

1. *Qaulan Sadida* (perkataan yang bebar, jujur)

QS. An Nisa ayat 9

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar”.²²

2. *Qaulan Baligha* (tepat sasaran, komunikatif, the to poin, mudah dimengerti)

²¹ Syukur Kholil, *Komunikasi Islami*, (Bandung: Citapustaka Media, 2007). Hal. 26

²² Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemahan* (PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2011)

QS. An-Nisa' ayat 63

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.²³

3. *Qaulan Ma'rufa* (perkataan yang baik)

QS. Al- Ahzab ayat 32

يٰۤاَيُّهَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ ۚ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا ﴿٣٢﴾

Artinya: Hai isteri-isteri Nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain, jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara sehingga berkeinginanlah orang yang ada penyakit dalam hatinya dan ucapkanlah Perkataan yang baik”²⁴

4. *Qaulan Karima* (Perkataan yang mulia)

QS Al-Isra' ayat 23

²³ Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*

²⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۗ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ
 الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرهُمَا وَقُلْ
 لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿١٢﴾

Artinya: “Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau Kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya Perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka Perkataan yang mulia.”²⁵

4. *Qaulan Maysura* (Perkataan yang ringan)

QS Al-Isra’ Ayat 28

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا
 مِّيسُورًا ﴿٢٨﴾

Artinya: *Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas”*.²⁶

5. *Qaulan Layyina* (Perkataan yang lembut)

QS Thaha ayat 43-44

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهِ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ



Artinya: “Pergilah kamu berdua kepada Fir'aun, Sesungguhnya Dia telah melampaui batas. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.²⁷

G. Teori Yang Digunakan

Teori yang digunakan dalam skripsi ini yaitu Teori Hierarki Kebutuhan Maslow :

1. Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan paling dasar pada setiap orang adalah kebutuhan fisiologis yakni kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya secara fisik. Kebutuhan-kebutuhan itu seperti kebutuhan akan makanan, minuman, tempat berteduh, tidur dan oksigen (sandang, pangan, papan). Kebutuhan-kebutuhan fisiologis adalah potensi paling dasar dan besar bagi semua pemenuhan kebutuhan di atasnya. Manusia yang lapar akan selalu termotivasi untuk makan, bukan untuk mencari teman atau dihargai. Manusia akan mengabaikan atau menekan dulu semua kebutuhan lain sampai kebutuhan fisiologisnya itu terpuaskan. Di masyarakat yang sudah mapan, kebutuhan untuk memuaskan rasa lapar adalah sebuah gaya hidup. Mereka biasanya sudah memiliki cukup makanan, tetapi ketika mereka

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Quran Terjemahan*

berkata lapar maka yang sebenarnya mereka pikirkan adalah cita rasa makanan yang hendak dipilih, bukan rasa lapar yang dirasakannya. Seseorang yang sungguh-sungguh lapar tidak akan terlalu peduli dengan rasa, bau, temperatur ataupun tekstur makanan.

Kebutuhan fisiologis berbeda dari kebutuhan-kebutuhan lain dalam dua hal. Pertama, kebutuhan fisiologis adalah satu-satunya kebutuhan yang bisa terpuaskan sepenuhnya atau minimal bisa diatasi. Manusia dapat merasakan cukup dalam aktivitas makan sehingga pada titik ini, daya penggerak untuk makan akan hilang. Bagi seseorang yang baru saja menyelesaikan sebuah santapan besar, dan kemudian membayangkan sebuah makanan lagi sudah cukup untuk membuatnya mual. Kedua, yang khas dalam kebutuhan fisiologis adalah hakikat pengulangannya. Setelah manusia makan, mereka akhirnya akan menjadi lapar lagi dan akan terus menerus mencari makanan dan air lagi. Sementara kebutuhan ditingkatkan yang lebih tinggi tidak terus menerus muncul. Sebagai contoh, seseorang yang minimal terpenuhi sebagian kebutuhan mereka untuk dicintai dan dihargai akan tetap merasa yakin bahwa mereka dapat mempertahankan pemenuhan terhadap kebutuhan tersebut tanpa harus mencari-carinya lagi.²⁸

2. Kebutuhan Akan Rasa Aman

Setelah kebutuhan-kebutuhan fisiologis terpuaskan secukupnya, muncullah apa yang disebut Maslow sebagai kebutuhan-kebutuhan akan rasa aman. Kebutuhan-kebutuhan akan rasa aman ini diantaranya adalah rasa aman fisik, stabilitas, ketergantungan, perlindungan dan kebebasan dari daya-daya

²⁸ Jess, *Teori Kepribadian : Theories of Personality* (Salemba Humanika, 2010). Hal. 331

mengancam seperti kriminalitas, perang, terorisme, penyakit, takut, cemas, bahaya, kerusakan dan bencana alam. Serta kebutuhan secara psikis yang mengancam kondisi kejiwaan seperti tidak diejek, tidak direndahkan, tidak stres, dan lain sebagainya. Kebutuhan akan rasa aman berbeda dari kebutuhan fisiologis karena kebutuhan ini tidak bisa terpenuhi secara total. Manusia tidak pernah dapat dilindungi sepenuhnya dari ancaman-ancaman meteor, kebakaran, banjir atau perilaku berbahaya orang lain.

Menurut Maslow, orang-orang yang tidak aman akan bertindak laku sama seperti anak-anak yang tidak aman. Mereka akan bertindak laku seakan-akan selalu dalam keadaan terancam besar. Seseorang yang tidak aman memiliki kebutuhan akan keteraturan dan stabilitas secara berlebihan serta akan berusaha keras menghindari hal-hal yang bersifat asing dan yang tidak diharapkannya.

3. Kebutuhan Akan Rasa Memiliki Dan Kasih Sayang

Jika kebutuhan fisiologis dan kebutuhan akan rasa aman telah terpenuhi, maka muncullah kebutuhan akan cinta, kasih sayang dan rasa memiliki-dimiliki. Kebutuhan-kebutuhan ini meliputi dorongan untuk dibutuhkan oleh orang lain agar ia dianggap sebagai warga komunitas sosialnya. Bentuk akan pemenuhan kebutuhan ini seperti bersahabat, keinginan memiliki pasangan dan keturunan, kebutuhan untuk dekat pada keluarga dan kebutuhan antarpribadi seperti kebutuhan untuk memberi dan menerima cinta. Seseorang yang kebutuhan cintanya sudah relatif terpenuhi sejak kanak-kanak tidak akan merasa panik saat menolak cinta. Ia akan memiliki keyakinan besar bahwa dirinya akan diterima orang-orang yang memang penting bagi dirinya. Ketika ada orang lain menolak

dirinya, ia tidak akan merasa hancur. Bagi Maslow, cinta menyangkut suatu hubungan sehat dan penuh kasih mesra antara dua orang, termasuk sikap saling percaya. Sering kali cinta menjadi rusak jika salah satu pihak merasa takut jika kelemahan-kelemahan serta kesalahan-kesalahannya. Maslow juga mengatakan bahwa kebutuhan akan cinta meliputi cinta yang memberi dan cinta yang menerima. Kita harus memahami cinta, harus mampu mengajarkannya, menciptakannya dan meramalkannya. Jika tidak, dunia akan hanyut ke dalam gelombang permusuhan dan kebencian.

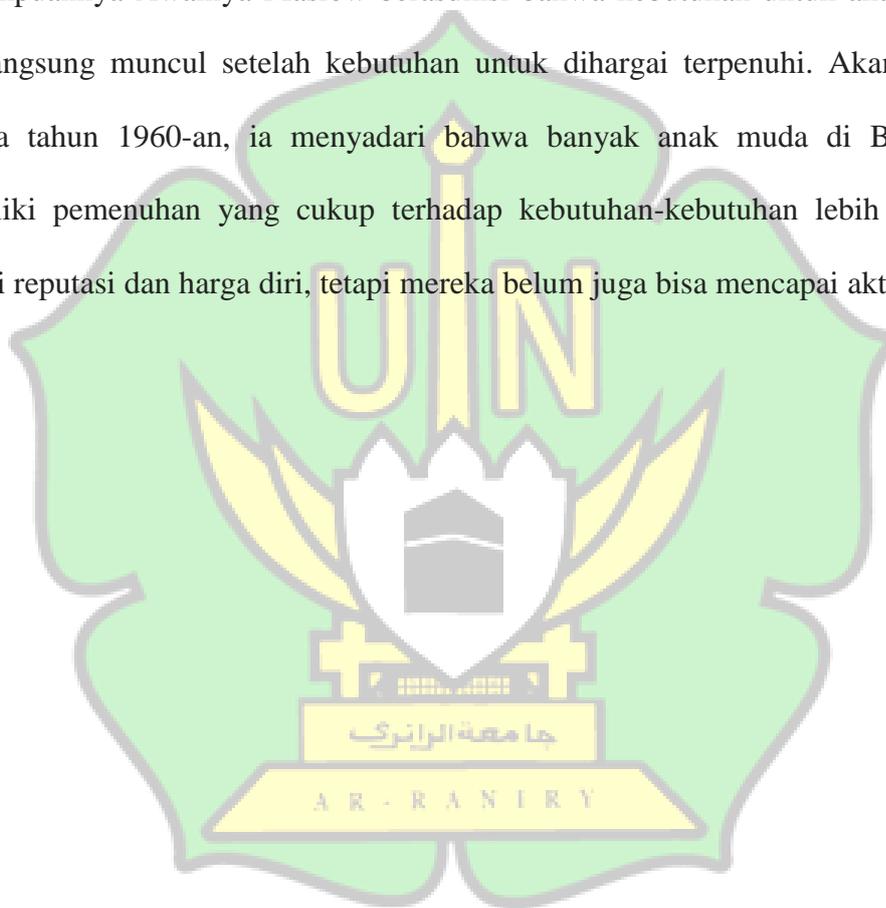
4. Kebutuhan Akan Penghargaan

Setelah kebutuhan dicintai dan dimiliki tercukupi, selanjutnya manusia akan bebas untuk mengejar kebutuhan egonya atas keinginan untuk berprestasi dan memiliki prestise. Maslow menemukan bahwa setiap orang yang memiliki dua kategori mengenai kebutuhan penghargaan, yaitu kebutuhan yang lebih rendah dan lebih tinggi. Kebutuhan yang rendah adalah kebutuhan untuk menghormati orang lain, kebutuhan akan status, ketenaran, kemuliaan, pengakuan, perhatian, reputasi, apresiasi, martabat, bahkan dominasi. Kebutuhan yang tinggi adalah kebutuhan akan harga diri termasuk perasaan, keyakinan, kompetensi, prestasi, penguasaan, kemandirian dan kebebasan. Sekali manusia dapat memenuhi kebutuhan untuk dihargai, mereka sudah siap untuk memasuki gerbang aktualisasi diri, kebutuhan tertinggi yang ditemukan Maslow.

5. Kebutuhan Akan Aktualisasi Diri

Tingkatan terakhir dari kebutuhan dasar Maslow adalah aktualisasi diri, yaitu kebutuhan untuk membuktikan dan menunjukkan dirinya kepada orang lain.

Pada tahap ini, seseorang mengembangkan semaksimal mungkin segala potensi yang dimilikinya. Kebutuhan aktualisasi diri adalah kebutuhan yang tidak melibatkan keseimbangan, tetapi melibatkan keinginan yang terus menerus untuk memenuhi potensi. Maslow melukiskan kebutuhan ini sebagai hasrat untuk semakin menjadi diri sepenuh kemampuannya sendiri, menjadi apa saja menurut kemampuannya. Awalnya Maslow berasumsi bahwa kebutuhan untuk aktualisasi diri langsung muncul setelah kebutuhan untuk dihargai terpenuhi. Akan tetapi selama tahun 1960-an, ia menyadari bahwa banyak anak muda di Brandeis memiliki pemenuhan yang cukup terhadap kebutuhan-kebutuhan lebih rendah seperti reputasi dan harga diri, tetapi mereka belum juga bisa mencapai aktualisasi diri.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menggunakan tampilan yang merupakan kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detail agar dapat tertangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.¹ Penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Metode yang penulis gunakan adalah kualitatif deskriptif. Penelitian secara deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata tertulis atau lisan, gambar, dan tidak menggunakan angka-angka.²

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada

¹ Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Aneka Cipta, 2002), hal. 22

² Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005). Hal. 6-11

masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif, peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.³

B. Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan orang yang diminta memberikan keterangan tentang suatu fakta atau pendapat, dimana keterangan tersebut dapat disampaikan dalam bentuk tulisan atau lisan ketika menjawab pertanyaan.⁴ Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang menjadi pedoman penulis, yakni sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵

Dalam hal ini yang menjadi subjek penelitiannya adalah terdiri dari para remaja yang masih sekolah, salah satu sekolah yang menjadi objek penelitian penulis adalah SMA Inshafuddin Banda Aceh. Sedangkan sumber sekunder adalah sumber yang tidak berhubungan langsung dengan penulis adalah foto-foto yang ditampilkan di media sosial Instagram.

³ *Ibid*, hal. 34

⁴ Bagong Suryanto & Sutinah, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta: Kencana, 2010). Hal. 171-172

⁵ Sugiyanto, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 7, (Bandung: CV. ALFABETA, 2009). Hal. 308

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dalam suatu penelitian.⁶ Mengenai teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data dengan.

1) *Field Research* (penelitian Lapangan)

Penelitian lapangan yaitu sebuah metode untuk mengumpulkan data kualitatif dan peneliti berangkat ke ‘lapangan’ untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena.⁷ Untuk mendapatkan data dari lapangan maka peneliti menggunakan Teknik :

- a. Observasi, yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap sasaran dan lokasi penelitian, guna mendapatkan data yang valid.
- b. Wawancara, yaitu sebuah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁸
- c. Dokumentasi, yaitu sebuah metode pengumpulan bahan-bahan dalam bentuk dokumen yang relevan dengan judul penelitian. Misalnya dengan melakukan penelusuran dan penelaahan bahan-bahan pustaka berupa

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta, Aneka Cipta, 2002), hal.133.

⁷ Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2008), hal. 26

⁸ *Ibid.*, hal. 186

buku-buku, surat kabar, majalah, catatan, transkrip, kebudayaan dan karya ilmiah lainnya yang relevan dengan judul penelitian.⁹

2) Analisis isi

Teknik pengolahan data kualitatif verifikasi data yang sudah ada terkumpulkan baik itu berupa dokumen tertulis atau dokumen foto.¹⁰

a. Mencari dan mengumpulkan sejumlah data sebelum diklasifikasikan dan dianalisis.

b. Merumuskan masalah

Merumuskan masalah yaitu hal-hal apa saja yang menjadi masalah peneliti dan ingin dijawab lewat analisis isi.¹¹

c. Menentukan unit analisis

Unit analisis secara sederhana dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks. Krippendorff mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Menentukan unit analisis sangat penting, karena unit analisis nantinya akan menentukan aspek apa dari teks yang dilihat dan pada akhirnya hasil atau temuan yang didapat.¹²

⁹ Jalaluddin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Rosda Karya 2004), hal. 274

¹⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010). Hal. 151

¹¹ Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (akarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012). Hal. 236

¹² Eriyanto, *Analisis Isi (Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial lainnya)*,..... Hal. 59

Ada beberapa macam unit analisis isi yaitu:

1. Unit sintaksis (*syntactical units*) adalah unit analisis yang menggunakan elemen atau bagian bahasa dari suatu isi.
2. Unit referensial (*referential units*) merupakan rangkaian kata atau kalimat yang menunjukkan sesuatu yang mempunyai arti sesuai kategori.
3. Unit proposisional (*proptitional units*) yaitu unit analisis yang menggunakan pernyataan (proposisional).
4. Unit fisik yaitu perhitungannya berdasarkan satuan panjang, kolom, inci, waktu dari pesan yang disampaikan.
5. Unit tematik yaitu unit analisis yang lebih melihat (topik) pembicaraan dari suatu teks. Unit tematik secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara tentang apa atau mengenai apa”. Ia tidak berhubungan dengan kata atau kalimat seperti halnya dalam unit analisis sintaksis, proposional, dan referensial. Unit analisis ini relatif lebih mudah untuk dikerjakan. Peneliti tinggal membaca suatu teks dan menyimpulkan apa tema atau topik dari teks ini.¹³

D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu tahapan penting dalam proses penelitian. Dalam hal ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif.

¹³ Eriyanto, *Analisis Isi (Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial lainnya)*,..... Hal. 84

Dengan kata lain penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai saat ini dan melihat kaitan-kaitan variabel yang ada.¹⁴

Tahapan-tahapan dalam menganalisa data skripsi ini adalah mencatat apa yang ada di lapangan (observasi), mengumpulkan data hasil wawancara dari beberapa sample dan mengumpulkan data pendukung, setelah data di analisis kemudian diambil suatu kesimpulan yang kemudian di laporkan dalam bentuk laporan penelitian.¹⁵

Langkah-langkah untuk menganalisis data yaitu:

1. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya. Setelah dibaca kemudian dipeleajari dan ditelaah maka langkah berikutnya adalah mereduksi data yang dilakukan.
2. Teknik pemeriksaan keabsahan data bertujuan untuk keperluan mereformasikan, agar benar-benar sesuai dengan paradigm yang dianutnya sendiri. Untuk menetapkan keabsahan data yang diperlukan teknik pemeriksaan dan menyusunnya dalam satuan-satuan.
3. Penafsiran Data

Data yang sudah diberi kode, selanjutnya diberi penafsiran. Peneliti segera melakukan analisis data dengan memperkaya informasi melalui analisis komparasi (perbandingan) sepanjang tidak menghilangkan konteks aslinya

¹⁴ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hal 26.

¹⁵ Sudarto, *Metodelogi Penelitian Filsafat*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2002), Hal. 70-

dan pada hakikatnya pemaparan pada umumnya menjawab pertanyaan-pertanyaan. Untuk itu peneliti dituntut untuk memahami dan menguasai bidang penelitiannya sehingga dapat memberikan penjelasan mengenai konsep-konsep dan makna yang terkandung di dalam data penelitian.¹⁶



¹⁶ Rusdi Pohan, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Lanarka Publisher, 2007), Hal. 95-96

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini ingin melihat tentang distorsi komunikasi terhadap pesan yang ditampilkan melalui foto-foto selfi narsis pada remaja, maka terlebih dahulu penulis jelaskan mengenai remaja yang menjadi objek penelitian ini. Mengenai batasan umur pemuda atau remaja sebagian sarjana, termasuk sarjana psikologi, berpendapat bahwa secara global masa pemuda atau remaja berlangsung antara 12 – 21 tahun. Prof. Dr. E. J. Monks dan kawan-kawan, mengungkapkan. Dalam buku-buku Angelsaksis maka istilah “pemuda” (youth) memperoleh arti baru yaitu suatu masa peralihan antara masa remaja dan masa dewasa.

Dalam buku-buku tersebut akan dijumpai pemisahan antara adolesensi (12-18 tahun) dan masa pemuda (19-24 tahun) Prof. Dr. Winarno Surakhmad menanyakan: Siapakah Adolezen itu ? Perdefinisi, pendapat para ahli berbeda-beda apalagi kalau kita melihat kedudukan masa adolezen dalam periodisasi masa hidup manusia. Akan tetapi secara umum pendapat itu pada dasarnya sama apabila kita memusatkan perhatian pada sifat-sifat yang dikemukakan.

Dari pengertian diatas maka penulis mengambil usia remaja yang ideal, yaitu usia sekoslah menengah atas hal ini dikarena usia tersebut usia yang sangat krusial dalam pembentukan seorang remaja dan juga dapat disebut sebagai usia transisi dari usia anak-anak menuju usia dewasa. Penulis

mengambil remaja sabagai subjek penelitian dari sekolah SMAS Inshafuddin Banda Aceh. Berikut ini penjelasan mengenai sekolah tersebut:

1. Profil SMA Inshafuddin

Lokasi dalam penelitian ini adalah di sekolah SMAS Inshafuddin yang beralamat Jl. Tanggul No. 3 Lambaro Skep Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh. Sekolah Menengah Atas Inshafuddin ini berstatus sekolah swasta yang dibawah naungan yayasan dayah Inshafuddin atau dikenal dengan Islamic Boarding School. Dayah terpadu Inshafuddin didirikan pada tanggal 17 Juli 1998. Sekolah SMA ini bukan hanya saja mengajarkan ilmu pengetahuan umum, juga mengajarkan ilmu agama. Dan bahkan di sekolah ini mengajarkan bahasa Arab juga bahasa Inggris kepada siswanya.

Sekolah ini memiliki tenaga pengajarnya 25 orang guru dan siswa berjumlah 271 yang terdiri 139 laki-laki dan 132 perempuan. Kepala sekolah SMA Inshafuddin adalah ibu Dra. Hj. Nurnismah.

Struktur Organisasi SMA Inshafuddin



Tabel 01. Jumlah Siswa Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	L	P	Total
Tingkat 10	60	38	98
Tingkat 11	40	47	87
Tingkat 12	39	47	86
Total	139	132	271

Tabel 02. Jumlah Peserta Didik Berdasarkan Usia

Usia	L	P	Total
< 6 tahun	0	0	0
6 - 12 tahun	0	0	0
13 - 15 tahun	47	45	92
16 - 20 tahun	92	87	179
> 20 tahun	0	0	0
Total	139	132	271

Tabel 03. Jumlah Siswa Setiap Kelas

Nama Kelas	Tingkat Kelas	Jumlah Siswa			Wali Kelas
		L	P	Total	
X-IPA 1	10	1	23	24	Rafika Afni
X-IPA 2	10	22	0	22	Rika Fernawati
X-IPA 3	10	16	9	25	Ida Yani
X-IPS	10	27	6	33	Iriani
XI-IPA 1	11	13	16	29	Putri Reza
XI-IPA 2	11	16	14	30	Junaidar
XI-IPS	11	14	17	31	Deliana
XII-IPA 1	12	12	20	32	Jumaina Iis
XII-IPA 2	12	11	21	32	Irmalina
XII-IPS	12	16	6	22	Sakdah

2. Visi, misi dan tujuan SMA Inshafuddin

Visi

“Mewujudkan insan yang unggul dalam sains berdasarkan IMTAQ”

Misi

1. Meningkatkan proses belajar mengajar yang berkualitas
2. Melaksanakan sistem pembelajaran yang mengandung nilai-nilai Qur’ani
3. Meningkatkan potensi dalam bidang ekstrakurikuler yang berhubungan dengan minat bakat potensi siswa dalam IPTEK dan IMTAQ
4. Menumbuhkan sikap Ukhuwah Islamiah dalam konteks hubungan persaudaraan dengan semua warga sekolah
5. Menumbuhkan sikap kepedulian dalam beribadah

Tujuan SMA Inshafuddin

1. Mempersiapkan peserta didik yang bertaqwa kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa dan Berakhlak Mulia
2. Mempersiapkan peserta didik agar menjadi manusia yang berkepribadian, cerdas, berkualitas dan berprestasi dalam bidang olahraga dan seni
3. Membekali peserta didik agar memiliki keterampilan teknologi informasi dan komunikasi serta mampu mengembangkan diri secara mandiri
4. Menanamkan peserta didik sikap ulet dan gigih dalam berkompetisi, beradaptasi dengan lingkungan dan mengembangkan sikap sportifitas
5. Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan dan teknologi agar mampu bersaing dan melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi

B. Hasil Penelitian

Media sosial merupakan sarana atau saluran pergaulan sosial secara *online* di dunia maya, para pengguna sosial media berkomunikasi/ berinteraksi dengan saling kirim pesan, saling berbagi dan membangun jaringan-jaringan. Dalam kehidupan sehari-hari media sosial sebagai sarana menerima dan berbagi suatu informasi. Melalui media sosial akan memudahkan para penggunanya dalam hal mengirim pesan yang hendak disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

Salah satu media yang trend sekarang digunakan dikalangan remaja saat ini adalah media sosial Instagram. Media instagram ini dapat memuat video dan gambar sebanyak yang pengguna inginkan. Remaja pengguna instagram ini umumnya tidak paham akan foto yang di upload atau ditampilkan disalah

makan oleh orang yang melihatnya, sehingga foto yang ditampilkan di Instagram asal diposting tanpa ada pertimbangan dengan sedikit gaya narsisnya. Sehingga kesalahan pemaknaan terhadap foto disebabkan adanya salah persepsi dari penerima serta adanya distorsi komunikasi dari remaja yang memposting foto-foto tersebut.

Media sosial Instagram adalah suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang didalamnya juga terdapat fitur-fitur lain seperti DM (Direct Message), comment, love atau like dan lain-lain. Di Instagram ini siapa saja dengan bebas men-*follow* akun orang lain yang terdaftar di media Instagram.

1. Bentuk foto-foto narsis remaja pada akun media sosial Instagram

Foto 4.1



Sebuah foto yang di unggah melalui media Instagram oleh akun @ochamaulia27 menunjukkan bahwa perilaku remaja yang menampilkan sesuatu dari dirinya sesuai dengan kehendaknya tanpa memikirkan sisi positif dan negatif dari sebuah foto. Secara ilmu komunikasi foto tersebut sukar untuk dikategorikan ke dalam salah satu fungsinya, misalnya jika dikaji dari

sisi fungsi komunikasi, sebagai fungsi pendidikan maka foto tersebut masih jauh dari nilai pendidikan, bahkan dapat disebut menyimpang dari nilai pendidikan, hal ini dikarenakan beberapa hal seperti posisi badan terhadap kamera, serta salah satu perempuan yang meyalahi norma agama dengan posisi terbuka aurat.

Bentuk narsis dari foto tersebut dapat dilihat dari beberapa sisi gaya yang ditampilkan mulai dari posisi foto, fashion, hingga kalimat yang digunakan. Pada dasarnya narsis atau tidaknya pada foto tersebut perlu penelitian lebih mendalam, namun penulis dapat menyebutkan foto tersebut dikarenakan adanya persepsi dari yang melihatnya, disisi lain foto tersebut diambil dari sudut pandang (*angle*) yang berlebihan dengan posisi objek yang terbalik (posisi kaki keatas dari tampak gambar foto 4.1).

Narsis merupakan perasaan cinta terhadap dirinya secara berlebihan, bahkan ia menginginkan iya dipuji oleh orang lain. Dari foto diatas bentuknya dapat dikategorikan narsis, walaupun orang yang bersangkutan tidak bermaksud narsis namun persepsi utama dari orang yang melihatnya akan mengatakan foto tersebut adalah foto narsis, hal ini terjadi karena adanya distorsi komunikasi yaitu makna pesan dari sipengirim dengan sipenerima terjadi perbedaan. Foto tersebut mendapat pujian melalui like dan coment, secara tidak langsung foto tersebut sengaja diunggah untuk mendapat suka dari orang yang melihatnya.

Foto 4.2

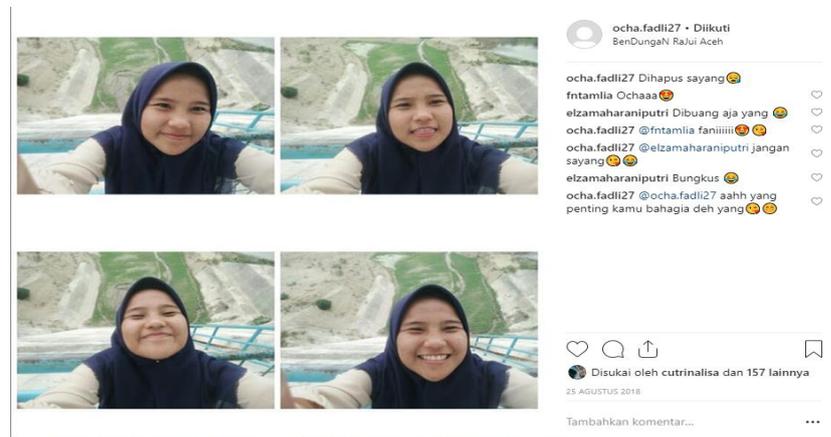


Foto diatas menampilkan satu objek dengan empat ekspresi wajah yang sedikit berbeda dengan latar belakang sebuah lokasi pariwisata, foto tersebut tampak dengan ekspresi senyum yang berbeda-beda. Dalam kajian komunikasi ekspresi senyum dapat dikatakan orang yang sedang bahagia terhadap kegiatan yang dilakukannya. Disisi lain foto tersebut dapat menjadi informasi dan hiburan bahwa salah satu cara untuk mendapatkan suasana bahagia dengan berwisata.

Sebenarnya foto tersebut ada nilai positif berupa informasi namun dalam persepsi orang yang melihat foto tersebut bentuknya narsis atau alay, hal ini di karenakan foto tersebut menampilkan objek tunggal atau seorang diri dengan gaya selfi. Selain itu foto tersebut diambil dari atas yang menunjukkan tempat ia mengambil angel berada di posisi ketinggian. Pada captions ditulis “dihapus sayang” dengan emogi menangis. Foto tersebut diunggah dengan maksud dipamerkan karena jika tidak diunggah boleh jadi foto itu akan dihapus dan tidak dapat dilihat oleh orang lain.

Dari penjelasan diatas mengakibatkan terjadi distorsi dalam komunikasi, sebagaimana pengertian distorsi komunikasi adalah perubahan makna atau arti dari suatu informasi/ pesan yang secara sengaja maupun tidak sengaja akan mengubah isi informasi. Distorsi komunikasi merupakan salah satu sumber konflik, karena cara dan isi informasi membuat orang bertentangan satu sama lain dan dapat menimbulkan permasalahan relasi sosial yang lain. Memperhatikan adab dalam berkomunikasi atau melakukan komunikasi yang bertanggung jawab merupakan salah satu upaya untuk mengurangi distorsi komunikasi.

Pada hakikatnya foto tersebut tidak bermasalah jika diunggah dengan memperhatikan adab dan etika bermedia sosial. Maksud dan tujuan akan menjadi berbeda antara pengirim dan penerima, hal ini di karenakan adanya persepsi pada setiap orang. Persepsi dapat diartikan sebagai terjemahan pertama dari sipenerima terhadap suatu informasi sesuai dengan pemahaman dan pengetahuannya, boleh jadi baginya informasi itu salah meskipun orang yang menyampaikannya benar. Foto atau gambar suatu objek boleh saja di unggah kemedial sosial dengan maksud dan tujuan yang baik serta dijelaskan posisi serta suasana dengan baik dan memadai agar orang yang melihat tidak salah persepsi. Foto diunggah tidak untuk pamer atau untuk di puji orang, jika maksudnya demikian maka foto itu dapat disebutkan sebagai foto narsis.

Foto 4.3

Narsis dapat ditunjukkan dengan gaya yang berlebihan atau sudah dipoles dengan sedemikian rupa agar menarik untuk dilihat orang. Foto diatas yang diunggah di media instagram dengan gaya yang dapat dikatakan berlebihan. Bentuk foto narsis sepertinya terlihat pada foto diatas hal ini disebabkan beberapa hal, seperti fashion yang menggunakan kacamata, postur tubuh, serta warna gambar yang diubah dari warna asli menjadi hitam putih.

Distorsi komunikasi sangat mungkin dapat terjadi antara pengirim dan penerima, pengirim menunggah sebuah foto yang menunjukkan ekspresinya namun disisi lain orang akan menerjemah sesuai dengan pengetahuannya tentang apa yang lihat bukan tentang siapa yang dilihat. Foto tersebut akan sangat baik apabila si pengunggah berdiri dengan baik serta tidak diubah warna aslinya dan juga menambah sedikit penjelasan tentang tempat yang dikunjungi, jika hal demikian dilakukan maka foto tersebut dapat disebut sebagai upaya memberi informasi dan sosialisasi terhadap destinasi yang untuk dipromosi kepada orang banyak.

Pada foto ini ditulis captionnya *“longing not created by distance but feeling. You missed not because he is far away but because he has been in you”* yang artinya *“kerinduan bukan diciptakan oleh jarak tetapi perasaan. Anda merindukan bukan karena dia jauh tetapi karena dia telah ada di dalam kamu”*. Foto dengan captions terjadi kontradiksi dan orang akan sukar menerjemahkan sesuai dengan apa yang dimaksud oleh pengirim, hal demikian yang menyebabkan terjadinya distorsi komunikasi pada foto narsis yang di unggah oleh remaja melalui media instagram.

Foto 4.4



Foto yang keempat ini hampir sama dengan foto ketiga, ada persamaan bentuk dan gayanya. Foto tersebut mengambil sudut pandang dengan objek seorang diri dengan gaya tersenyum posisi tangan menekan pipi sebelah kanan. Tujuan dari foto tersebut tentu sebagai bentuk ekspresi yang dibagikan melalui media instagram, namun disisi lain sudut pandang dan gaya yang ditunjukkan nampak agak narsis.

Analisis gambar ini ialah dimana seorang remaja perempuan sedang berselfi dengan gaya satu jari diletakkan dipipinya dengan menulis caption “*nobody is perfect*” yang artinya “*tidak ada yang sempurna*”. Penulis dapat menyimpulkan bahwa tidak ada yang sempurna didunia ini semua manusia memiliki kekurangan dan keterbatasan. Dan dilihat dari komentar orang yang melihat foto ini dan membaca caption berkomentar yang lain. Mereka berkomentar “*sok cantik*”. Berarti pesan yang disampaikan tidak dipahami dan diterima dengan baik oleh penerima atau yang melihat caption ini.

Foto 4.5

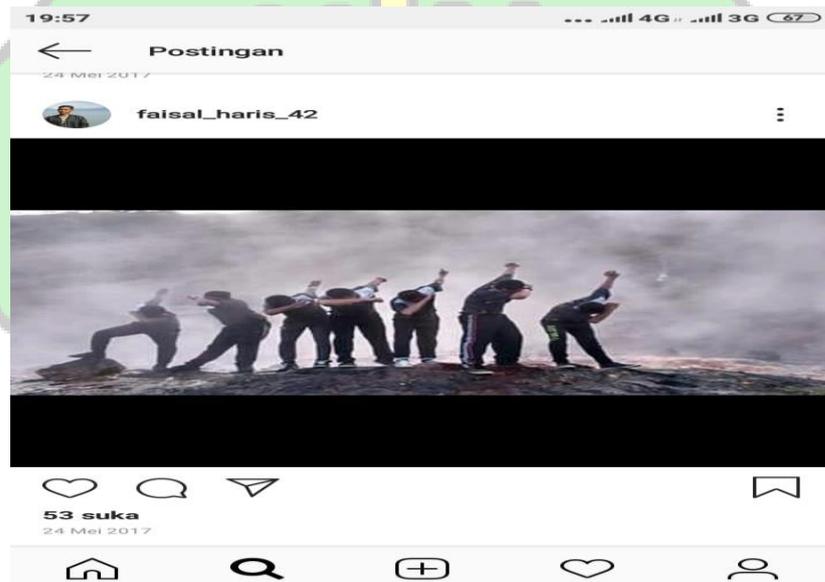


Foto diatas diunggah melalui media instagram, tampak tujuh remaja dalam foto tersebut dengan gaya yang hampir sama, tidak ada captions yang menjelaskan makna dari pda foto tersebut. Suatu pesan yang disampaikan dalam ilmu komunikasi harus memenuhi unsur kounikasi agar komunikasi dapat berjalan sempurna dan tidak mengalami masalah pengertian. Foto merupakan proses komunikasi secara simbolik maknanya masih memerlukan

penegasan, jika tidak demikian maka orang akan menginterpretasi sendiri makna dari simbolik tersebut.

Setiap orang memiliki persepsi terhadap sesuatu yang didengar, yang dilihat dan yang dirasakan. Foto diatas yang tanpa captions penjelas tentu akan menimbulkan persepsi dari orang yang melihatnya. Dari gaya yang ditampilkan remaja maka foto tersebut dapat disebut narsis karena menampilkan gaya yang tidak diketahui makna dan tujuannya. Selain itu foto tersebut diunggah hanya untuk mencari perhatian tanpa adanya mamfaat dari segi fungsi komunikasi.

Distorsi komunikasi sangat mungkin terjadi terhadap foto diatas, gaya dari sudut pandang yang ditampilkan tidak dijelaskan makna dan tujuannya sehingga khalayak dapat menginterpretasikan sendiri tentang makna yang terkandung dalam foto tersebut. Suatu informasi yang didapatkan oleh khalayak akan menjadi persepsi sebelum diberikan respon, persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Seseorang akan menafsirkan sebuah foto sesuai dengan pengalaman dirinya sendiri. Sesama remaja masih dapat dimengerti distorsi yang terjadi belum begitu jauh namun orang yang tidak seumur dengannya akan terjadi distorsi yang akan menimbulkan mis komunikasi.

2. Sebab Terjadi distorsi komunikasi terhadap foto-foto remaja pada akun media sosial Instagram

Pada zaman sekarang mayoritas pengguna Instagram adalah anak muda dan remaja. Mereka menggunakan media sosial Instagram bertujuan mengekspresikan keadaan kepada orang lain. Bentuk ekspresi yang diposting terutama oleh remaja terkadang berlebihan, melanggar etika bahkan menyimpang dari hukum dan tata karma. Foto yang berlebihan pada kalangan remaja disebut dengan foto-foto gaya narsis.

Proses komunikasi efektif yang berlangsung melalui tahap-tahap komunikasi tak jarang akan menemui berbagai distorsi atau gangguan yang disebabkan oleh masalah yang terdapat pada salah satu atau lebih elemen komunikasi. Yang dimaksud dengan distorsi atau gangguan dalam proses komunikasi adalah segala sesuatu yang dapat mengganggu atau mendistorsi pesan komunikasi. Keadaan ini dapat menimbulkan hambatan-hambatan komunikasi sehingga mengurangi keefektifan komunikasi atau dengan kata lain tidak tercapainya komunikasi yang efektif.

Penyebab terjadinya distorsi komunikasi disebabkan ada gangguan diantara pengirim dan penerima, ada banyak sebab atau faktor terjadinya distorsi komunikasi namun dalam penelitian ini penulis ingin mengemukakan tiga Sebab Terjadi distorsi komunikasi terhadap foto-foto remaja pada akun media sosial Instagram. Berikut penjelasannya.

a. Foto ditampilkan tidak teraturan (gaya-gayaan)

Foto adalah gambar diam baik berwarna maupun hitam-putih yang dihasilkan oleh kamera yang merekam suatu objek atau kejadian atau keadaan pada suatu waktu tertentu. Oleh karena itu foto tidak dapat menjelaskan makna seutuhnya, bahkan iya dapat merusak suatu pesan karena terjadi perbedaan makna antara pengirim dan penerima atau lebih kita kenal dengan istilah distorsi komunikasi.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan sejumlah remaja di sekolah SMAS Inshafuddin Banda Aceh. Menurut mereka foto yang unggah di media sosial adalah bentuk ekspresi dan gaya-gayaan saja tanpa memikirkan akan terjadinya distorsi komunikasi, seperti yang di ungkapkan oleh Ocha Maulia Fadli mengatakan bahwa :

“Semua remaja bebas mengupload fotonya di media Instagram dengan bebas juga gayanya tersendiri. Jadi setiap foto yang diunggah di Instagram mereka memiliki tujuan tertentu seperti mereka ingin mendapatkan pujian dari orang yang melihat foto mereka, bahkan ada yang ingin menarik perhatian kasih sayang dari orang lain. Saya mengunggah foto di Instagram bertujuan untuk menginformasikan sesuatu hal kepada orang lain. Jadi setiap orang yang melihat foto dan caption yang tertulis di media Instagram pasti berbeda-beda dalam memaknai informasi yang disampaikan, saya tidak bermasalah terhadap apa yang dituliskan dikolom komen, kalau ada yang tanya saya jawab kalau ada yang puji alhamdulillah gitu aja.¹

¹ Hasil wawancara dengan siswa SMA Inshafuddin kelas XII IPA 1 yang bernama Ocha Maulia Fadli

Sementara itu salah satu remaja yang penulis tanya pendapat mengenai maksud tujuan remaja mengunggah foto narsis di instagram, berikut pernyataan Chairil Munanda :

“Remaja yang mengupload foto selfi narsis di Instagram sekedar ingin menjadi orang yang lebih diakui atau ingin populer didunia maya. Bertujuan mendapatkan like sebanyak-banyaknya serta follower yang banyak. Dan juga mereka ingin mendapatkan pujian dan kasih sayang dari orang-orang.”²

Mengenai foto-foto yang di upload ke media sosial instagram, hanya untuk gaya-gayaan tanpa ada pertimbangan terhadap terjadi salah paham, salah satu remaja yang penulis tanyai mengenai foto yang diunggah, menurutnya:

“Saya sendiri mengupload foto di media Instagram hanya ini mendapatkan kesenangan pribadi dan tidak ada unsur menyombongkan diri atau lainnya. Jika ada yang menilai macam-macam itu hak orang, yang penting yang upload itu foto saya sendiri bersama kawan-kawan, bukan foto orang lain yang akan menimbulkan fitnah atau membuat kerugian pada orang lain”.³

Dari beberapa jawaban remaja diatas penulis menyimpulkan bahwa, foto yang diupload ke media sosial instagram adalah foto gaya-gayaan yang merupakan wujud dari ekspresi yang ingin disampaikan oleh para remaja. Foto tidak teratur atau gaya-gayaan yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah foto yang nilai makna masih samar-samar dan

² Hasil wawancara dengan siswa SMA Inshafuddin kelas XII IPA 1 yang bernama Chairil Munanda pada tanggal 16 Januari 2019

³ Hasil wawancara dengan siswa SMA Inshafuddin kelas XII IPA 1 yang bernama Faisal Haris pada tanggal 16 Januari 2019

berpotensi terjadi penyimpangan atau tidak sesuai antara foto dengan caption yang ditulis dibawahnya.

Hal ini tentu dapat menjadi alasan kenapa foto narsis dapat mengakibatkan terjadinya distorsi komunikasi, selain karena foto tidak sesuai dengan captions distorsi komunikasi juga dapat terjadi karena adanya mis komunikasi antara pengirim dan penerima.

b. Captions tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan

Caption adalah penjelasan yang disisipkan pada sebuah gambar. Kata ini banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Seperti pada dunia jurnalistik atau fotografi, caption didefinisikan sebagai keterangan untuk mendeskripsikan gambar yang ditampilkan. caption sendiri merupakan istilah dalam media sosial yang digunakan untuk disisipkan pada sebuah gambar atau video yang berisi keterangan maupun cerita yang mewakili objek yang diambil pada potret. Sebuah foto yang dibagikan dengan harapan orang akan mengerti maksud dari sudut gambar yang ditampilkan lalu mereka menyukai tidak hanya dari fotonya saja, tapi juga dari kata-katanya. Contohnya, seseorang membagikan foto ketika memancing di danau dengan pemandangan yang indah. Kemudian caption foto, “Mancing mania! Mantap! Semoga kali ini hasilnya memuaskan.”

Pada penelitian ini penulis menemukan sejumlah foto yang tidak sesuai dengan foto, misalnya pada gambar 4.1 yang menampilkan foto dua remaja riang gembira dengan gayanya, namun disisi lain ia menulis

captions “*tidak semua tawa mengartikan sebuah kebahagiaan*” dalam ilmu komunikasi tertawa dapat diartikan sebuah kebahagiaan atau senang dengan keadaan sehingga membuat ia tertawa, jika tertawa bukan sebuah kebahagiaan maka pembaca atau penerima suatu pesan akan menafsirkan makna tersebut sesuai dengan persepsinya bahkan dapat terjadinya distorsi komunikasi.

Foto lainnya yang juga menulis captions tidak sesuai dengan adalah foto 4.3, pada foto tersebut tampak seorang remaja putri yang berdiri ditepi pantai dengan gaya berkaca mata, pada captions ditulis “*longing not created by distance but feeling. You missed not because he is far away but because he has been in you*” yang artinya “*kerinduan bukan diciptakan oleh jarak tetapi perasaan. Anda merindukan bukan karena dia jauh tetapi karena dia telah ada di dalam kamu*”. Jika dipahami dari kalimat yang ditulis, remaja putri tersebut sedang tidak bermaksud untuk menjelaskan foto akan tetapi ia sedang mencurahkan isi hati tentang sebuah kerinduan.

Menurut salah satu remaja yang melihat dan membaca foto tersebut mengatakan bahwa captions seperti itu wajar dikalangan remaja, namun sebaiknya jangan dibiasakan karena itu terlalu lebay. Berikut pernyataan Bella Nadia:

Pada saat mengunggah foto di media Instagram siswa pasti ada pesan yang ingin disampaikan. Itu hak seseorang dan sangat wajar apalagi seperti kami

yang masih sekolah, menurut saya jangan terlalu sering aja captions seperti itu, nampak agak lebay gitu.”⁴

Sementara itu pada foto 4.5 nampak remaja putra dengan gaya tangan kanan melekung menutup wajah dan tangan kiri tegak lurus agak kemiring keatas dengan wajah tertunduk, pada foto ini tanpa ada satu kata pun yang menjelaskan makna tersebut sehingga siapa yang melihat dibiarkan untuk menerjemahkan sendiri tentang foto tersebut, dengan demikian distorsi komunikasi sangat mungkin bahkan dapat terjadi secara langsung.

c. Adanya persepsi pada pembaca

Persepsi merupakan proses mengetahui atau mengenal objek dan kejadian objektif dengan bantuan indra. Persepsi juga dapat diartikan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Menurut Ahmad Mubarak dalam bukunya *Psikologi Dakwah* menjelaskan bahwa persepsi dipengaruhi oleh tiga factor yaitu: pertama faktor perhatian yang merupakan proses mental dimana kesadaran terhadap suatu stimulus lebih menonjol, dan pada saat yang sama terhadap stimulus lain melemah. Kedua faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi antara lain faktor kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional dan latar belakang budaya. Dan yang ketiga faktor

⁴ Hasil wawancara dengan siswa SMA Inshafuddin kelas XII IPA 1 yang bernama Bella Nadia pada tanggal 16 Januari 2019

structural yaitu bila seseorang mempersepsikan sesuatu, maka ia akan mempersepsikannya sebagai suatu keseluruhan bukan bagian-bagian.⁵

Oleh karena itu apa yang dipersepsikan pada suatu waktu tertentu akan tergantung, bukan saja pada stimulusnya sendiri, tetapi juga pada latar belakang beradanya stimulus itu. Seperti pengalaman-pengalaman sensoris kita yang terdahulu, perasaan pada waktu itu, perasangka-perasangka, keinginan-keinginan, sikap dan tujuan. Kalau di satu pihak proses kognitif saling berkaitan satu sama lain.

Persepsi seseorang terhadap foto selfi narsis remaja sangat tergantung pada psikologis dan keakraban dari foto tersebut, jika yang melihatnya adalah orang yang mengenal sosok pemberi informasi maka distorsi komunikasi belum begitu melebar, namun akan terjadi sedikit melebar makna jika sesama remaja yang tidak saling kenal, hingga sampai kepada usia yang berbeda atau keadaan yang berbeda akan semakin besar peluang untuk terjadinya distorsi komunikasi.

3. Pandangan islam terhadap foto-foto narsis ٧

Islam adalah agama yang ingin memberi kemudahan, ketenangan, kedamaian, keserasian hidup diantara makhluk (*Rahmatan Lil 'Alamin*) di dalam dunia ini, bahkan juga kehidupan akhirat. Islam adalah agama yang konvrehensif yang mengatur seluruh sendi kehidupan ummatnya mulai dari bangun tidur hingga tidur lagi, tak terkecuali dalam hal menyampaikan

⁵ Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta : Pustaka Firdaus, 2002), hlm. 109

pesan/ekspresi melalui media sosial instagram. Untuk memahami pandangan islam terhadap foto-foto yang diupload kedia media instagram, maka penulis akan menguraikan sebagai berikut:

1. Etika komunikasi melalui media

Etika komunikasi melalui media sosial sebenarnya tidak jauh berbeda dengan komunikasi tatap muka atau komunikasi sebagaimana yang kita laksanakan sehari-hari, namun mengingat jangkauan dari media sosial yang begitu luas maka di perlukan perhatian lebih agar tidak menjadi masalah dikemudian hari. Berikut etika memposting foto di media sosial menurut Dr Azizah MA yang penulis kutip dari kompasiana.com, 1. Jangan menampakkan aurat, 2. Jangan mengundang nafsu syahwat orang yang melihat foto tersebut, 3. Jangan memfitnah (memposting foto yang bukan sebenarnya) 4. Jangan memprovokasi (mengajak orang untuk membangkitkan kebencian) 5. Jangan memposting foto-foto tentang aib (cacat) seseorang, 6. Postinglah foto-foto yang mengajak orang untuk berbuat kebaikan dan menjauhi keburukan (amar ma'ruf nahi munkar) 7. Postinglah foto-foto yang bernilai sejarah dan bermanfaat agar orang lain mengetahui dan tidak melupakan sejarah 8. Tidak masalah memposting foto-foto yang lucu dan indah asal tidak berlebihan dan tidak menyinggung perasaan seseorang yang dimaksud.

2. Hukum foto narsis

Foto pada dasarnya termasuk perkara mu'amalah, yang hukum asalnya adalah mubah atau boleh. Hal ini bisa dirujuk pada kaidah fiqh yang berbunyi : *al-aslu fil mu'amalah al-ibahah hatta yadullad dalilu 'ala at-tahrim*, artinya : asal hukum mu'amalah adalah boleh sampai ada dalil yang mengharamkannya. Bagi sebagian orang, ada yang mengharamkan foto dengan objek makhluk yang bernyawa, karena mereka menyandarkan pendapat tersebut dengan sebuah hadis Nabi Muhammad SAW, yang artinya : sesungguhnya manusia yang paling berat siksaannya pada hari kiamat adalah mereka yang menyerupakan makhluk Allah (HR. Bukhari No. 5954 & Muslim No. 5525).

Pada prinsipnya hukum asal berfoto adalah mubah, termasuk berfoto selfi. Bila foto-foto diambil dan digunakan untuk kenangan pribadi. Begitu pula bila selfie digunakan untuk mengirim orang tua yang berjauhan dengan anaknya, dengan tujuan untuk mengobati rasa rindu dengan orang tua, maka foto selfie yang dikirimkan oleh anaknya menjadi penting dan bersifat mubah hukumnya.

Selain hukumnya boleh foto narsis itu adalah haram hal ini terjadi jika seseorang memiliki maksud atau motif dari orang yang melakukan selfie dan penerimaan yang mungkin diterima oleh orang-orang yang melihat foto selfie tersebut. Hal ini dikarenakan adanya dampak-dampak negatif baik yang terjadi pada orang yang melakukan selfie maupun orang yang melihat gambar selfie tersebut, seperti:

Takabbur, yakni ketika seseorang mengambil gambar diri dengan cara berselfie kemudian ia melihat gambarnya tersebut sedap untuk dipandang, terlebih jika setelah di bagikanke media sosial ia mendapat banyak respon positif dari teman-temannya maka bukan tidak mungkin jika hal tersebut dapat memunculkan rasa sombong bahkan takabur, bahwa ia lebih tampan atau lebih cantik daripada orang lain. Riya, yakni ketika kita terlalu mengharapkan respon positif dan pujian-pujian dari teman-teman kita atas foto selfie yang kita bagikan di media sosial. Ujub, yakni perasaan kagum berlebihan terhadap hasil foto selfie yang dilakukan. Banyak orang rela melakukan pose-pose tertentu supaya hasil fotonya lebih memuaskan.

C. Pembahasan dan Analisis Data

1. Pembahasan

Media instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto foto dan video. Media sosial Instagram adalah suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang didalamnya juga terdapat fitur-fitur lain seperti DM (Direct Message), comment, love dan lain-lainnya.⁶

Pada zaman sekarang yang banyak menggunakan media Instgram adalah remaja. Mereka bebas menggunakannya dan bebas mengunggah foto-foto mereka di Instagram dengan berbagai gaya dan berbagai caption. Remaja

⁶ M. Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, (Yogyakarta: Kobis, 2005). Hal. 137

ini mengupload foto-foto di media Instagram dengan tujuan yang bermacam-macam, seperti ada yang hanya ingin mendapatkan pujian, rasa kasih sayang, harga diri dan ada juga yang hanya bertujuan untuk menyampaikan pesan nasehat kebaikan.

Dari berbagai macam foto-foto yang diupload oleh remaja ini bertujuan tertentu diiringi dengan gaya selfie yang narsis. Dalam penyampaian pesan dengan berbagai gaya foto narsis akan menimbulkan distorsi komunikasi, karena terjadinya distorsi komunikasi dalam pesan disebabkan oleh perbedaan persepsi di setiap orang yang melihat pesan. Maka tidak sering kali terjadi distorsi dalam foto-foto selfie remaja di Instagram. Dengan terjadinya distorsi pesan yang disampaikan akan tidak diterima dengan baik oleh penerima pesan.

Terjadinya distorsi disebabkan dengan adanya perbedaan persepsi orang yang menerima pesan. Maka makna yang terkandung dalam pesan akan menjadi lain bahkan akan tidak bisa diterima makna yang terkandung dalam pesan tersebut. Dan terjadinya distorsi komunikasi pada foto-foto narsis di Instagram karena ada pesan yang disampaikan melalui foto selfi namun tidak fokus orang yang melihat pesan tersebut karena disertai dengan foto narsis, kebanyakan orang langsung melihat foto selfi daripada melihat pesan yang ingin disampaikan oleh remaja yang mengunggah foto di media Instagram.

Banyak remaja yang mengunggah fotonya di media Instagram, foto yang di upload disertakan hastag yang berbeda dengan fotonya. Itu akan mudah terjadi juga distorsi pesan yang hendak disampaikan. Dan juga disertai

dengan komentar-komentar yang melenceng dari makna di hastag atau difoto yang diupload di Instagram. Disini bisa disebutkan distorsi pesan yang tidak diperkuat oleh adanya kesinambungan antara bahasa verbal dan non-verbal.

Sebagaimana pembahasan teori di Bab II ada 3 proses terjadinya persepsi: persepsi proses fisik, persepsi fisiologis dan persepsi psikologis. *Persepsi proses fisik* ialah tanggapan tersebut dimulai dengan objek yang menimbulkan stimulus dan akhirnya stimulus itu mengenai alat indera atau reseptor. *Persepsi proses fisiologis* ialah stimulus yang diterima oleh alat indera kemudian dilanjutkan oleh syarat sensorik ke otak. Dan persepsi psikologis adalah proses yang terjadi dalam otak sehingga seseorang dapat menyadari apa yang diterima dengan reseptor itu sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya.⁷

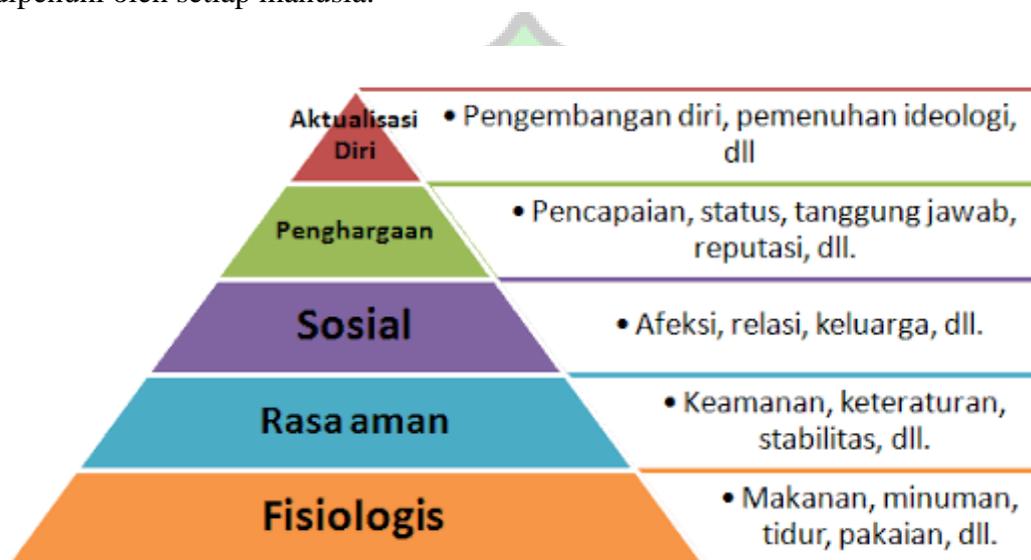
Akibat terjadinya distorsi komunikasi karena adanya persepsi yang berbeda orang yang menerima pesan dan cara bagaimana memaknai pesan yang diterimanya. Karena tujuan komunikasi itu bertujuan pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan menerima feedback yang baik. Apabila pesan yang disampaikan itu tidak dapat diterima dengan baik, maka proses komunikasi tersebut gagal. Seorang komunikan harus melihat untuk siapa pesan yang disampaikannya, dari segi umur, suku, bahasa, dan budaya. Dan fungsi dari media adalah sebagai sarana atau saluran untuk menyampaikan pesan yang dikirim dari komunikan kepada komunikator, maka harus

⁷ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna.....*Hal. 156

menggunakan sebaik-baiknya media jangan sampaikan salah dalam menggunakannya.

2. Analisis Dengan Teori Yang Digunakan (Teori Maslow)

Dalam kehidupan sosial manusia membutuhkan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap manusia.



Gambar Teori Maslow

Yang pertama harus terpenuhi setiap manusia adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan fisiologis yang meliputi kebutuhan akan makanan, minuman, pakaian dan lain-lainnya. Setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi maka yang kedua harus dipenuhi ialah kebutuhan rasa aman yang meliputi didalamnya yaitu keamanan, keteraturan, stabilitas dan lain-lain. Kebutuhan yang ketiga ialah kebutuhan sosial seperti afeksi, relasi, keluarga dan lain-lain. Keempat adalah kebutuhan penghargaan misalnya pencapaian, status, tanggungjawab, reputasi dan lain-lain.

Dan yang terakhir adalah kebutuhan aktualisasi yang meliputi pengembangan diri dan pemenuhan ideologi.

Tujuan remaja mengupload foto di media Instagram ini untuk memenuhi kebutuhan psikologi. Dengan terpenuhinya kebutuhan ini maka manusia akan terasa aman. Maka kebutuhan setiap manusia harus terpenuhi. Seperti yang diatas dari hasil wawancara banyak remaja yang mengunggah foto-foto selfi di media Instagram bertujuan untuk mendapatkan pujian dari banyak orang-orang dan juga bertujuan mendapatkan kasih sayang. Karena manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan yang namanya kasih sayang, rasa aman, dan penghargaan.

3. Analisa Dengan Teori S-O-R

Teori S-O-R (*Stimulus Organism Respon*) lahir karena adanya pengaruh dari ilmu psikologi dalam ilmu komunikasi. Hal ini bisa terjadi karena psikologi dan komunikasi memiliki objek kajian yang sama, yaitu jiwa manusia; yang meliputi sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Asumsi dasar teori S-O-R adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung ada kualitas rangsangan (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan organisme.

Foto narsis yang di posting oleh para remaja merupakan stimulus yang menjadi hal utama dalam komunikasi, setelah adanya postingan maka akan ada pihak yang menerima atau melihat foto tersebut, dalam teori ini disebut dengan *organism* atau pihak yang menerima, dalam menerima suatu informasi atau stimulus maka pihak menerima akan menimbulkan respon berupa persepsi komunikasi yang kemudian dapat terjadinya distorsi komunikasi.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

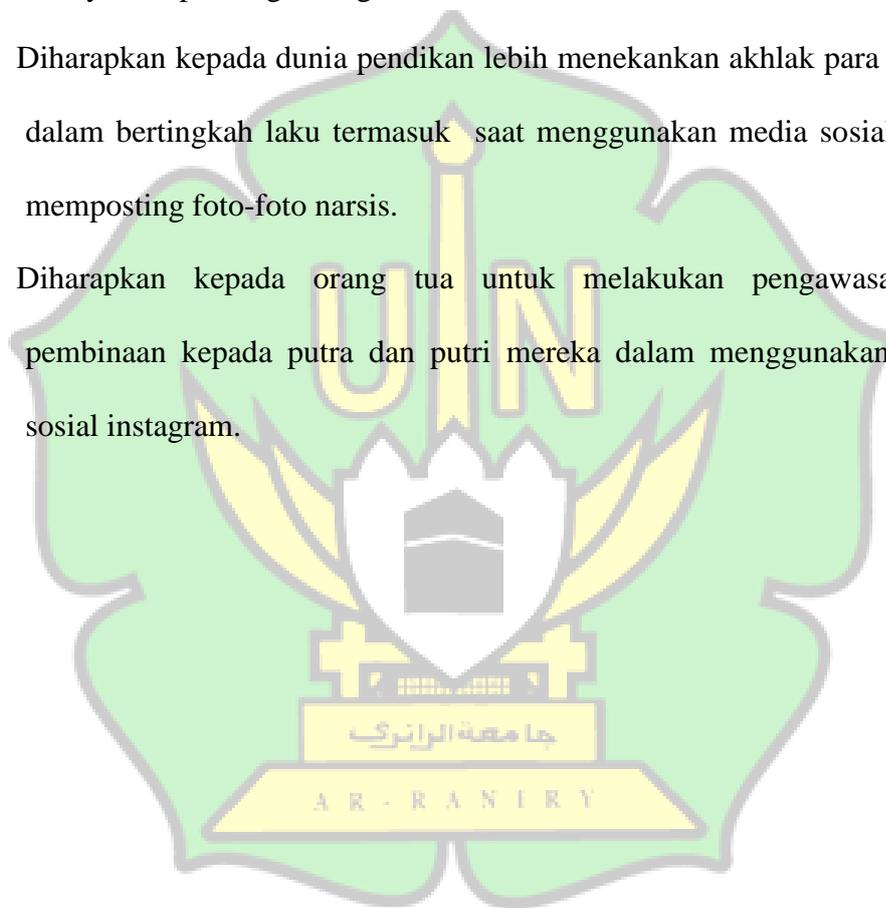
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Distorsi Komunikasi Pada Foto – foto selfie Narsis Pada Remaja (Kajian pada Remaja Pengguna Instagram), maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk foto narsis pada remaja yang diposting melalui instagram terlihat pada gaya pose, sudut pandang dari objek suatu gambar, fahsion yang digunakan serta caption yang ditulis sebagai penjelas atau yang menerangkan makna foto yang diupload di instagram.
2. Distorsi komunikasi pada foto-foto narsispada remja, terjadi karena beberapa faktor seperti foto yang ditampilkan tidak teratur atau hanya sekedar untuk gaya-gayaan anak remaja, kemudian captions yang disisipkan dibawahnya tidak sesuai dengan foto yang ditampilkan atau makna foto dengan captions bersebrangan (tidak berkesesuaian)
3. Pandangan islam terhadap foto pada hakikatnya boleh selama ia masih memiliki etika dan mengikuti petunjuk yang diajarkan oleh nabi melalui para ulama, namun foto narsis yang terdapat sifat takabur, ria dan ujub maka ia menjadi haram, karena bertentangan dengan nilai-nilai agama islam.

B. SARAN

Adapun saran-saran dalam penelitian ini antara lain:

1. Diharapkan kepada remaja agar bijaksana menggunakan media sosial agar, terutama dalam memposting foto-foto agar memperhatikan etika dan tata krama, serta foto yang diposting memiliki dampak positif baik bagi dirinya maupun bagi orang lain.
2. Diharapkan kepada dunia pendidikan lebih menekankan akhlak para remaja, dalam bertingkah laku termasuk saat menggunakan media sosial dalam memposting foto-foto narsis.
3. Diharapkan kepada orang tua untuk melakukan pengawasan dan pembinaan kepada putra dan putri mereka dalam menggunakan media sosial instagram.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Bagong Suryanto & Sutinah, 2010, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, Jakarta: Kencana.
- Burhan Bungin, 2010, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chaplin, 1993, *Kamus Lengkap Psikologi Terjemahan Kartini Kartono*, Jakarta: PT Grafindo Pers.
- Deddy Mulyana, 1996, *Etika Komunikasi: Konstruksi Manusia yang Terikat Budaya*, (Bandung: Rosda Karya.
- Dedi Mulyana, 2005, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- H.A.W. Widjaja, 2008, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hafied Cangara, 1998, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Jalaluddin Rahmat, 1996, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Jalaluddin Rahmat, 2004, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Rosda Karya.
- Jess, 2010, *Teori Kepribadian : Theories of Personality*, Salemba Humanika.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga, 2008, Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Kismiyati El Karimah & Uud Wahyudin, 2010, *Filsafat dan Etika Komunikasi*, Bandung: Widya Padjadjaran.

- Lexy J. Moleong, 2005 *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- M. Nisrina, 2005, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, Yogyakarta: Kobis.
- Mardalis, 2003, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Morissan, 2013, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, Jakarta: Kencana.
- Onong Uchjana Effendy, 2011, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Bandung : Remaja Rosdakarya Offset.
- Rachmat Kriyanto, 2012, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Rudi Mulyatiningsih, 2004, *Bimbingan Pribadi Sosial, Belajar Dan Karier*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Rusdi Pohan, 2007, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta: Lanarka Publisher.
- Sudarto, 2002, *Metodelogi Penelitian Filsafat*, Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Sugiyanto, 2009, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Cet. 7*, Bandung: CV. ALFABETA.
- Suharsimi Arikonto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Aneka Cipta.
- Syukur Kholil, 2007, *Komunikasi Islami*, Bandung: Citapustaka Media.

Jurnal:

Abdul Karim Batubara, *Distorsi Pesan Dalam Perpustakaan*, (Jurnal Iqra' Volume 09 No. 02, 2015)

Abdul Karim Batubara, *Distorsi Pesan Dalam Perpustakaan*, (Jurnal Iqra' Volume 09 No. 02, 2015).

Mansur Hidayat, Model Komunikasi Kyai dengan Santri di Pesantren, *Program Pascasarjana Jurusan Interdisciplinary Islamic Studies, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, [Jurnal] *Komunikasi Aspikom*, Volume 2, Nomor 6, Januari 2016, hlm. 385



FOTO LAMPIRAN



Gambar 01 : memberi pengarahan kepada siswa tentang penelitian yang penulis lakukan



Gambar 02: memberikan pertanyaan penelitian kepada siswa



Gambar 03: memberikan pertanyaan penelitian kepada siswa



Gambar 04: melakukan wawancara dengan para siswa



Gambar 05: melihat siswa mengisi quisioner



Gambar 06 : melakukan wawancara ringan dengan kepala sekolah SMA Inshafuddin





Gambar 05: melihat siswa mengisi quisioner



Gambar 06 : melakukan wawancara ringan dengan kepala sekolah SMA Inshafuddin



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.1487/Un.08/FDK/KP.00.4/04/2019

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2018/2019

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2019, Tanggal 31 Desember 2018

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Ade Irma, B.H.Sc., M.A (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Zainuddin T, M. Si (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKU Skripsi:

Nama : Ishlahul Umam

NIM/Jurusan : 411307088/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Judul : *Distorsi Komunikasi pada Foto-foto Selfie Narsis pada Remaja (Kajian pada Remaja Pengguna Instagram)*

- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2019,
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 9 April 2019 M
15 Sya'ban 1440 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,



PEMERINTAH ACEH
DINAS PENDIDIKAN
SEKOLAH MENENGAH ATAS INSHAFUDDIN
JALAN TSR SAFIATUDDIN NO. 3 LAMBARO SKEP KOTA BANDA ACEH
Kode Pos : 23127 Email : sma_inshafuddin@yahoo.com

SURAT KETERANGAN PENGUMPULAN DATA

Nomor : 027/ SMA-INSH / I / 2019

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Sehubungan dengan surat dari Universitas Islam Negeri Ar-raniry Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Nomor : B.32/Un.08/FDK.I/PP.00.9/01/2019 tanggal 4 Januari 2019 perihal Penelitian Ilmiah Mahasiswa. Maka Kepala Sekolah SMA Inshafuddin Banda Aceh dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Ishlahul Umam**
NIM : 411307088
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas / Universitas : Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-raniry
Darussalam Banda Aceh

Telah selesai melakukan **PENELITIAN** PADA tanggal 16 Januari 2019 dalam rangka untuk Pengumpulan Data Awal untuk penyusunan Skripsi yang berjudul :

**“DISTORSI KOMUNIKASI PADA FOTO-FOTO SELFIE NARSIS PADA REMAJA
(KAJIAN PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM). “**

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Banda Aceh, 17 Januari 2019

Kepala

Dra. H. Nurnismah
NIP. 19600709 198803 2 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah arraniry.ac.id

Nomor : B.32/Un.08/FDK.I/PP.00.9/01/2019
Lamp : -
Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Banda Aceh, 04 Januari 2019

Kepada
Yth, **Kepala SMA Inshafuddin Banda Aceh**

Di -

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim : **Ishlahul Umam / 411307088**
Semester/Jurusan : **XI / Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**
Alamat sekarang : **Cadek Aceh Besar**

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul "*Distorsi Komunikasi Pada Foto-Foto Selfie Narsis Pada Remaja (kajiamn Pada Remaja Pengguna Instagram).*"

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,
