

**PERSEPSI DAN BUDAYA SANTRI PADA INSTAGRAM
@ALASANTRI**

**(Deskriptif Kualitatif Santriwati Komplek Gedung Putih Pondok
Pesantren Krapyak Yogyakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh:

IMANA TAHIRA

13730017

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

2017



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



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Imana Tahira
NIM : 13730017
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

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

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

Yogyakarta, 27 Oktober 2017

Yang menyatakan,



Imana Tahira
NIM. 13730017



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



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Imana Tahira
NIM : 13730017
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PERSEPSI DAN BUDAYA SANTRI PADA INSTAGRAM @ALASANTRI
(Studi Deskriptif Kualitatif Santriwati Komplek Gedung Putih Pondok
Pesantren Krapyak Yogyakarta)

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

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 27 Oktober 2017

Pembimbing

Rama Kertamukti, M.Sn
NIP 19721026 201101 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-446/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2017

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI DAN BUDAYA SANTRI PADA INSTAGRAM @ALASANTRI (Deskriptif Kualitatif Santriwati Komplek Gedung Putih Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IMANA TAHIRA
Nomor Induk Mahasiswa : 13730017
Telah diujikan pada : Kamis, 16 November 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
NIP. 19721026 201101 1 001

Penguji I

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Penguji II

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A
NIP. 19850914 201101 2 014

Yogyakarta, 16 November 2017

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

Motto

“Menyepi itu penting, supaya kamu benar-benar bisa mendengar apa yang menjadi isi dari keramaian”

(Emha Ainun Najib)

“Jawaban dari setiap permasalahan adalah waktu, manusia ada dengan waktunya masing-masing..”

(Imana Tahira)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan kepada:



Seluruh Santri di Indonesia

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur yang melimpah ini senantiasa dihaturkan kepada Allah SWT sang pemberi kemudahan yang senantiasa melimpahkan Rahmat dan hidayahNya kepada penyusun, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh syukur.

Sholawat beserta salam senantiasa tersanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi terang pada gelap dan menjadi pelita dunia dalam menyebarkan syariat Allah untuk umatNya.

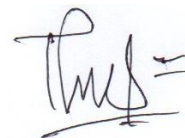
Tentu proses ini telah banyak melibatkan waktu, ruang, serta orang-orang yang menjadi saksi penyusun dalam berjuang. Oleh karena itu, melalui pengantar ini penyusun ingin menghaturkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muchammad Sodiq, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Penguji 1. Terima kasih pak atas segalanya yang telah diberikan untuk saya.
3. Bapak Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah rela menyisihkan waktu nya untuk memberi pencerahan kepada penyusun, Hatur Nuhun Pisan Bapak... Terbaik!
4. Ibu Rika Lusri Virga, S.IP, MA selaku Dosen Penguji 2. Terima Kasih Bunda mau menjadikan skripsiku semakin baik lagi dan mempermudah segalanya
5. Bapak Fajar Iqbal, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik dan teman curhat terkait keakademisan. Pak Iqbal terbaik..
6. Admin Instagram @alasantri dan ketiga narasumber juga narasumber ahli yang banyak membantu penelitian ini.
7. Kedua Orangtua penyusun, Mamah Is dan Paa Acep Zamzam Noor yang selalu menguatkan dan mengirimkan berbagai doa indah untuk penyusun. Terima

kasih untuk segala nya, terima kasih telah membuat penyusun begitu sangat berharga dan berarti. Sehat selalu kalian ya..

8. Untuk kakak penyusun: Teh Rebana, terima kasih sudah 'nyarekan' wae penyusun untuk segera menyelesaikan skripsi yang penuh drama ini. untuk ketiga Adik Penyusun, Diwan, Kindi, dan De Luna kehadiran kalian memang menuntutku untuk segera lulus haha
9. Teman-teman yang memberi warna, semangat, bahagia dan penghapus sepi selama berada di Jogja terima kasih untuk Deuis, Zakia, Intan, Khefti, Leli, Khawa, Risma, Fika, Putri, Maya, Mba Vivi, Dinda, Ridwan, Diemas, Ichsan, Mashaj, Amel, dan Aldi.
10. Teman-Teman KPMT-Y hatur nuhun kehadiran kalian membuat Jogja jadi rasa Jawa Barat hahaha; Ipong, Rahmamenut, Ibra, Teh Enis, Isan, Zainda, Yusep, TehFeb, TehNov, Mang Ajat, Pika, Mimil, Fajri, Mendy, Gilang, dan semuanya yang tak bisa penyusun absen satu2, da moal cukup☺
11. Teman-Teman Teater Eska yang sudah pelan-pelan membuat penyusun menjadi manusia yang kuat dan tahan banting! Suwun yo: Wahyu, Neneng, Nevy, Rizki, Anisa, Nawawi, Tresna, Mang Aceng, Ghofur, Kurniawan, Fendi, Ramadhan, Mas Purba dan Habib
12. Teman-teman seperjuangan IKOM 2013 kalian memang yang terbaik! Jgn lupakan Imana ya...
13. Teman-teman Alumni Cipasung region Jogja, terima kasih sudah memberikan suasana nostalgia mondok kita di Cipasung: Kang Amu, Muthi, Amaliya, Evi, Neng Jihan, Ndan, dan Misbah.
14. Dan seluruh pihak yang selalu mendukung yang tak bisa disebutkan satu-satu.

Yogyakarta, 17 Oktober 2017



Imana Tahira

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN1	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Telaah Pustaka.....	9
E. Landasan Teori	12
F. Kerangka Pemikiran	26
G. Metode Penelitian	27
BAB II GAMBARAN UMUM 32	
A. Instagram @alasantri	32
B. Logo Instagram@alasantri.....	40
C. Profil Komplek Gedung Putih Krapyak	42

D.	Kondisi Obyektif Santri Gedung Putih.....	43
E.	Kegiatan-kegiatan	44
F.	Sarana dan Prasarana Gedung Putih	44

BAB III PEMBAHASAN 46

A.	Identitas Informan.....	50
B.	Instagram	52
1.	Pengikut	54
2.	Unggahan Foto.....	75
3.	Judul Foto	99
4.	Hastag	111
5.	Tanda Suka	122
6.	Popular.....	132

BAB IV PENUTUP 139

A.	Kesimpulan	139
B.	Saran	140

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Instagram @alasantri.....	32
Gambar 2. Gombalan ala-ala @alasantri	34
Gambar 3. <i>Paid Promote</i> Iklan	36
Gambar 4. <i>Facebook</i> Grup Alasantri	37
Gambar 5. <i>Twitter</i> @alasantri	38
Gambar 6. <i>Website</i> alasantri.id.....	39
Gambar 7. Logo pertama alasantri	41
Gambar 8. Logo baru alasantri	41
Gambar 9. Komplek Gedung Putih Pondok Pesantren Krapyak	42
Gambar 10. <i>Followers</i> @alasantri	56
Gambar 11. Kolom Komentar untuk mengenalkan Pesantren.....	60
Gambar 12. Postingan @alasantri yang <i>repost</i>	62
Gambar 13. @alasantri <i>merepost</i> kiriman <i>followers</i>	66
Gambar 14. Budaya makan bersama santri.....	69
Gambar 15. Kolom konten sebagai proses komunikasi	74
Gambar 16. Postingan kegiatan santri	76
Gambar 17. Postingan lomba video instagram	78
Gambar 18. Peristiwa ditanya bidang keamanan pesantren	81
Gambar 19. Postingan tentang fiqh perempuan	83
Gambar 20. Rasa bangga <i>followers</i> jadi santri.....	84
Gambar 21. Postingan @alasantri melempar pertanyaan	86
Gambar 22. Postingan bersifat nostalgia.....	88
Gambar 23. Unggahan foto & <i>caption</i> saling menguatkan.....	90

Gambar 24. Kolom komentar perkuat tujuan foto	91
Gambar 25. Budaya sarungan di pesantren	93
Gambar 26. Postingan gombalan ala santri	94
Gambar 27. Postingan santriwati berprestasi	98
Gambar 28. <i>Caption</i> interaktif	100
Gambar 29. <i>Caption</i> @alasantri tentang kegiatan	103
Gambar 30. <i>Caption</i> yang apresiasi <i>followers</i>	105
Gambar 31. Tradisi main hadiah di pesantren	106
Gambar 32. Gambar & <i>caption</i> nostalgia	107
Gambar 33. Postingan informasi pesantren melalui <i>hashtag</i>	109
Gambar 34. <i>Caption</i> yang menjelaskan kegiatan santri	110
Gambar 35. Penggunaan <i>hashtag</i> #alasantri	112
Gambar 36. Penggunaan <i>hashtag</i> alasantri untuk <i>followers</i>	114
Gambar 37. Jumlah tayangan & <i>live</i> dengan menggunakan <i>hashtag</i>	117
Gambar 38. Postingan yang menggunakan #alasantri	119
Gambar 39. <i>Hashtag</i> sebagai informasi acara	121
Gambar 40. Jumlah <i>like</i> @alasantri	124
Gambar 41. Foto Kegiatan yang mengundang <i>like</i>	125
Gambar 42. Jumlah <i>like</i> di postingan gombalan ala santri	127
Gambar 43. Postingan foto kegiatan yang memiliki nilai estetik	128
Gambar 44. Jumlah <i>like</i> pada postingan realitas di pesantren	130
Gambar 45. <i>Like</i> pada postingan informasi	132

DAFTAR BAGAN

Tabel 1. Kerangka Pemikiran.....	26
----------------------------------	----



ABSTRACT

This research aims to determine the perception of santri at Instagram account @alasantri, where Instagram @alasantri is now becomes a place to communicate and interact with fellow santri to the present, that santri now also not left behind in technological developments. Finding of the research is that the features of Instagram such as photo upload, caption, hastag, like, and popular pages managed to create a perception and culture of santri.

Instagram @alasantri has leveraged technological developments today as a medium for santri identity recognition. The theory applied in this research is applying Perception and Culture where there is a belief, values, attitude, social organization, human nature, and activity orientation associated with the features in Instagram. This research is a qualitative research where the researcher uses interview to santriwati in giving perception on Instagram @alasantri.

The results obtained from this research that the features useb @alasantri able to create a perception and able to inform the cultural life of santri in Pesantren. Perception is formed from a culture in which it @alasantri utilize by informing it by posting @alasantri in Instagram.

Keywords: *Perception, Instagram, Instagram Feature, Santri*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan Agama terbesar di Indonesia. Proses penyebaran Agama Islam ke Indonesia adalah pada abad ke-11. Data sensus penduduk tahun 2010 menunjukkan ada sekitar 87,18% atau 207 juta jiwa dari total 238 juta jiwa penduduk di Indonesia beragama Islam. Masuknya Islam di Indonesia berlangsung secara damai dan menyesuaikan dengan adat serta istiadat penduduk lokal. Ajaran Islam yang tidak mengenal perbedaan kasta membuat ajaran ini sangat diterima penduduk lokal.

Indonesia merupakan Negara yang *pluralism* dengan berbagai keberagaman didalamnya tak terkecuali dalam beragama. Meskipun Islam adalah agama mayoritas di Indonesia tetapi hal itu tidak membuat sebuah perpecah--belahan bangsa. Masyarakat Indonesia sangat menjunjung tinggi sikap toleransi. Sehingga sikap inilah yang membentuk Identitas tersendiri untuk Indonesia. Sebagai negara yang mayoritas beragama Islam, sudah barang tentu Indonesia mempunyai instansi kependidikan berbasis Islam. Hal itu terbukti dengan banyaknya Sekolah, Yayasan dan Pesantren yang tersebar diseluruh Indonesia. Pendidikan berbasis Islam ini merupakan sebuah lembaga yang biasa disebut juga dengan Pesantren.

Pesantren adalah sebuah pendidikan tradisional yang siswa nya tinggal bersama dan belajar dibawah bimbingan guru dan yang lebih dikenal dengan sebutan *kyai*. Dunia Pesantren dengan meminjam kerangka pikir Hussein Nasr adalah dunia tradisional Islam, yakni dunia yang mewarisi dan memelihara kontinuitas tradisi Islam yang dikembangkan ulama dari masa ke masa, tidak terbatas pada periode tertentu dalam sejarah Islam. Pada zaman penjajahan, pesantren merupakan lembaga pendidikan yang tumbuh dan berkembang di tengah-tengah masyarakat. Eksistensinya telah lama mendapat pengakuan dari masyarakat dan terlibat dalam upaya mencerdaskan bangsa.

Santri merupakan sebutan untuk murid yang mengenyam pendidikannya di Pesantren. Sebutan santri biasanya untuk seorang lelaki sedangkan untuk perempuan biasa disebut dengan santriwati. Dalam dunia pesantren tentu banyak mengajarkan hal-hal terkait keagamaan, tak terkecuali mengajarkan perintah dalam bergaul. Dalam Agama Islam, kita diajak untuk melakukan pergaulan diantara kaum muslimin baik yang bersifat pribadi, maupun dalam bentuk kesatuan. Karena dengan pergaulan kita dapat saling berhubungan melakukan sebuah pendekatan satu sama lain. Islam sebagai agama yang mempunyai karakteristik moderat memberikan batasan pergaulan antara lawan jenis. Sistem interaksi dalam islam-lah yang menjadikan aspek ruhani sebagai landasan dan hukum-hukum syaria'at tolak ukur yang

didalamnya terdapat hukum-hukum yang mampu menciptakan nilai-nilai akhlak yang luhur.

Dengan hukum-hukum inilah islam dapat menjaga interaksi antara pria dan wanita sehingga tidak menjadi interaksi yang mengarah pada hubungan lawan jenis atau hubungan yang bersifat seksual, artinya interaksi mereka tetap dalam koridor kerjasama semata dalam menggapai berbagai kemaslahatan dalam melakukan berbagai aktifitas. Dengan hukum-hukum inilah Islam mampu memecahkan hubungan yang muncul dari adanya sejumlah kepentingan individual, baik pria maupun wanita ketika mereka bertemu dan berinteraksi.

Namun dewasa ini, di masa yang mana teknologi tidak bisa dilepaskan dengan proses kehidupan manusia. Teknologi hadir dengan berbagai pembaharuan, dunia komunikasi seolah semakin mudah untuk dijangkau dan menjadikan manusia semakin membutuhkan teknologi terlebih untuk proses berinteraksi dan melakukan sebuah pergaulan. Semakin berkembang teknologi yang ada di masyarakat, semakin canggih dan semakin banyak inovasi yang dibuat, maka masyarakat juga akan mengikuti alurnya menjadi semakin modern dan berkembang mengikuti canggihnya inovasi teknologi yang ada.

Dalam beradaptasi dan mengaplikasikan teknologi-teknologi baru yang muncul di masyarakat yang memang diciptakan untuk mempermudah kehidupan manusia, akan terjadi pergeseran-pergeseran nilai-nilai,

kebiasaan, cara berinteraksi, cara berkomunikasi, serta sistem-sistem yang ada di masyarakat yang tentu akan membawa dampak yang paling jelas seperti perubahan sosial yang mencakup perubahan secara keseluruhan, dan ini akan membuat sistem pergaulan dalam berinteraksi menjadi cair.

Tak bisa dipungkiri, teknologi kini berkembang sangat pesat, baik teknologi informasi, komunikasi, maupun internet mampu melewati batas-batas Negara sekalipun. Internet merupakan salah satu bagian dari teknologi komunikasi yang berkembang dengan cepat dan banyak dibutuhkan oleh manusia di era modern seperti sekarang ini. Internet memberikan banyak kemudahan dalam berkomunikasi dengan banyak orang, pesan yang disampaikan melalui internet tak semata berbentuk tulisan saja, namun sudah bisa berupa foto, suara dan video sekalipun. Internet pun melahirkan banyak manfaat untuk keberlangsungan manusia. Perkembangan internet yang terus mengalami pembaruan tersebut membuat internet digunakan sebagai kebutuhan komunikasi dan informasi penduduk.

Masyarakat Indonesia saat ini pun memanfaatkan kegunaan teknologi khususnya internet untuk memenuhi kebutuhan dan eksistensi dirinya. Pembaruan teknologi adalah dengan hadirnya media sosial. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan. Media sosial merupakan media baru atau *new media*. Yang mana dengan kehadiran *new media*

segala bentuk interaksi menjadi cair. Salah satu contoh *new media* adalah media sosial Instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial populer di dunia, termasuk Indonesia yang memiliki berjuta anggota dari beragam tipe akun media sosial. Sebagai media komunikasi instagram merupakan media berbasis foto/gambar pada cara kerjanya. Instagram memungkinkan anggota pengguna untuk meng-*upload*, mengedit, dan berbagi foto dengan anggota lain. Instagram sudah pasti tidak lagi menjadi hal yang tabu bagi masyarakat. Seiring dengan berjalannya waktu, media sosial tersebut menjadi suatu kebutuhan masyarakat. Selain untuk komunikasi dan informasi, masyarakat pun semakin memanfaatkan kegunaan teknologi internet untuk memenuhi kebutuhan dan eksistensi diri di media sosial.

Masyarakat Indonesia yang mayoritas menggunakan media sosial, sudah barang tentu pula memiliki akun Instagram. Instagram saat ini menjelma sebagai idola untuk masyarakat diantara media sosial yang lainnya, selain itu karena instagram dapat memberikan efek yang luar biasa untuk perilaku manusia. Instagram telah menjamur dan dimiliki oleh berbagai elemen masyarakat di Indonesia tak terkecuali ke dalam dunia pesantren.

Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkap bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Survei yang

dilakukan sepanjang 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Instagram pun mengumumkan pada blog nya bahwa survei pengguna Instagram sejak Juni 2016 telah mencapai 600 Juta pengguna.

Instagram yang saat ini sudah menjamur di berbagai lapisan masyarakat tentu bertambah fungsi sebagai media pengenalan dan eksistensi diri. Tak terkecuali bagi kalangan santri-santri di Indonesia, Instagram seolah menjadi wadah kreatifitas dan pengenalan identitas kepada khalayak pada umumnya. Karena tidak semua mengerti dan memahami dunia pesantren dan keberadaan santri didalamnya. Oleh karena itu banyak santri yang saat ini menjadikan instagram sebagai media untuk proses pengenalan dan interaksi.

Instagram kini hadir sebagai ranah santri untuk dapat berinteraksi dengan berbagai elemen masyarakat secara cair tanpa melepaskan syariat-syariat islam. Instagram pun mampu memberikan ruang tersendiri bagi sebagian kelompok sebagai wadah untuk berbagi, berinteraksi, dan berdiskusi. Dan instagram @alasantri adalah sebagian dari contoh sebuah media sosial yang memberikan ruang tersendiri bagi sebagian kelompok masyarakat di Indonesia yaitu santri di seluruh Indonesia. Instagram @alasantri dapat memberikan persepsi atau sebuah pandangan tentang santri kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat menjadi tahu apa kegiatan santri-santri pada umumnya. Di dalam proses persepsi, individu dituntut untuk memberikan penilaian

terhadap suatu objek yang dapat bersifat positif/negative. Dengan adanya persepsi ini maka akan terbentuk sebuah sikap atau tindakan yang akan dilakukan. Biasanya setelah seseorang mempunyai persepsi terhadap sesuatu maka terbentuklah sikap prasangka yang mempengaruhi seseorang dalam bersikap dan berperilaku terhadap sesuatu yang ada dilingkungannya.

Seperti yang sudah Allah jelaskan pada QS. Al-Hujurat ayat 12:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang”

Pada surat diatas, Allah Swt menjelaskan bahwa kita sebagai umat Islam bagusnya untuk menjauhi dalam berprasangka buruk, karena sebagian tindakan berprasangka buruk ada yang merupakan perbuatan dosa. Maka hendaknya tidak berprasangka buruk kepada saudaranya sesama Muslim kecuali dengan bukti. Tidak boleh meragukan kebaikan

saudaranya atau berprasangka buruk kepada saudaranya kecuali jika ia melihat pertanda-pertanda yang menguatkan prasangka buruk tersebut.

Tidak heran memang jika manusia memiliki persepsinya masing-masing terhadap orang lain, tidak ada jaminan bagi siapapun pria/wanita yang mengenal kita sekian lama akan seratus persen benar-benar mengerti soal diri kita. Persepsi dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi sebuah persepsi adalah faktor-faktor yang ada di dalam diri individu itu sendiri, sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi sebuah persepsi merupakan karakteristik dari lingkungan dan objek-objek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya.

Seperti halnya sebuah lingkungan, instagram pun dapat membentuk sebuah persepsi dari masing-masing individu yang mengikutinya. Pun dengan instagram @alasantri yang bisa membuat masyarakat khususnya santri dan santriwati memberikan sebuah persepsi pada akun yang menjadi pusat dan wadah interaksi para santri di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul “Persepsi dan Budaya Santri pada Akun Instagram @alasantri” guna untuk mengetahui bagaimana persepsi santri, khususnya santriwati yang menurut syariat islam dibatasi dalam bergaul pada akun instagram @alasantri yang memberi kebebasan dalam proses interaksi dan berkomunikasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan sebagai berikut: **“Bagaimana Persepsi santri pada Instagram @alasantri?”**

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui persepsi santri pada akun instagram @alasantri.

Penelitian ini diharapkan dapat menunjang dan menjadi bahan referensi untuk penelitian yang berhubungan persepsi pada media sosial.

D. Telaah Pustaka

Penelitian terkait Instagram dewasa ini sudah marak dilakukan, dengan pesatnya teknologi komunikasi saat ini, maka instagram memiliki ruangnya tersendiri untuk menjadi bahan penelitian. Agar tidak terjadi kesamaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, maka disini diperlukan observasi dan pengamatan dari berbagai hasil penelitian yang sudah dilakukan terdahulu. Berikut ini adalah hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan.

Pertama, Penelitian dengan judul “Pengaruh Akun Instagram Javafoodie terhadap Minat beli Konsumen” yang ditulis oleh Ahmad Makhin (2011) mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta. Tujuan dari penelitian yang ditulis oleh Ahmad Makhin adalah untuk mengetahui besaran pengaruh instagram Javafoodie terhadap minat beli konsumen di Studio Kopi. Penelitian Ahmad Makhin lebih menitikberatkan kepada pengaruh untuk minat beli konsumen melalui instagram. Kesamaan penelitian Ahmad Makhin dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan Instagram sebagai objek penelitian. Perbedaan dari penelitian Ahmad Makhin dengan penelitian yang sedang peneliti teliti adalah dari metode penelitiannya, Ahmad Makhin menggunakan metode penelitian Kuantitatif yang mana dalam penelitiannya Ahmad Makhin mengukur beberapa aspek yang dibutuhkan dari data responden penelitian dan menggunakan cara kuesioner/angket dalam proses pengumpulan data nya. Sedangkan penelitian yang sedang peneliti teliti adalah menggunakan metode penelitian Kualitatif yang mana dalam penelitiannya akan memaparkan suatu situasi dan observasi. Dan dalam proses pengumpulan datanya peneliti menggunakan wawancara yang mendalam.

Kedua, penelitian dengan judul “Persepsi mahasiswa terhadap tayangan Reality Show Mistik” yang ditulis oleh Saiful Arif (2015) mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini membahas tentang Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap tayangan “Dua Dunia” di Trans7. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui

bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga terhadap tayangan Reality Show Mistik “Dua Dunia” di televisi. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti teliti adalah sama-sama menggunakan persepsi sebagai gagasan intinya dan menggunakan metode penelitian Kualitatif. Perbedaannya adalah pada Objek dan Subjek Penelitian. Objek penelitian Saiful Arif adalah pada tayangan televi, sedangkan objek penelitian ini adalah pada Instagram.

Ketiga, penelitian dengan judul “Pengaruh motif penggunaan Media melalui Akun Instagram @anakjajan terhadap keputusan berwisata kuliner” yang ditulis oleh Arizka Adiprastowo (2016) mahasiswa Manajemen Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung. Tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui adakah pengaruh motif penggunaan media melalui akun Instagram @anakjajan terhadap keputusan berwisata kuliner. Hasil dari penelitian ini adalah bahwasannya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berwisata kuliner pada informasi yang ada di akun Instagram @anakjajan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang peneliti teliti adalah sama-sama menggunakan Instagram sebagai objek penelitian. Perbedaannya terletak pada bentuk penelitian. Penelitian Arizka menggunakan penelitian *Path Analyst* dan memakai teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner *online* kepada *followers* instagram @anakjajan. Sedangkan

bentuk penelitian yang peneliti teliti adalah dengan metode penelitian kualitatif dan menggunakan wawancara mendalam secara langsung kepada beberapa followers instagram @alasantri, observasi, dan dokumentasi dalam pengambilan datanya.

E. Landasan Teori

1. Persepsi

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2007:179). Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.(Mulyana, 2007: 180)

Persepsi meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indera, *atensi*, dan *interpretasi*. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan pengecap. Reseptor indrawi mata, telinga, kulit dan otot, hidung, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar.

Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu: seleksi, organisasi, dan interpretasi. Yang dimaksud dengan seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi. (Mulyana, 2007: 181)

Atensi tidak terelakkan karena sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus terlebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, termasuk orang lain dan juga diri sendiri.

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indera kita. Namun kita tidak dapat menginterpretasikan makna dan informasi yang kita percaya mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut (Mulyana, 2007: 182)

Persepsi manusia sebenarnya terbagi dua: persepsi terhadap objek (lingkungan fisik) dan persepsi terhadap manusia. Persepsi terhadap manusia lebih sulit dan kompleks, karena manusia bersifat dinamis. Latar belakang pengalaman, budaya dan suasana psikologis yang berbeda membuat persepsi kita berbeda atas suatu objek.

2. Persepsi dan Budaya

Faktor-faktor internal jelas mempengaruhi persepsi seseorang terhadap realitas. Dengan demikian persepsi itu terikat oleh budaya. Oleh karena persepsi berdasar pada budaya, maka persepsi seseorang atas lingkungannya bersifat subjektif.

1. Kepercayaan, nilai, dan sikap

Kepercayaan adalah anggapan subjektif bahwa suatu objek atau peristiwa punya ciri dan nilai tertentu.

Nilai adalah komponen evaluatif dari kepercayaan kita mencakup: kegunaan, kebaikan, estetika dan kepuasan. Jadi nilai bersifat normatif. Nilai biasanya bersumber dari isu filosofis yang lebih besar yang merupakan bagian dari lingkungan budaya, karena itu nilai bersifat stabil dan sulit berubah (Mulyana, 2007: 215).

Sikap meliputi rasa suka dan tidak suka—penilaian dan reaksi menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap objek, orang, situasi, dan mungkin aspek aspek lain dunia, termasuk ide abstrak dan kebijaksanaan social. (Atkinson dkk, 2010: 569). Sikap (*attitude*) adalah berbagai pendapat dan keyakinan kita mengenai orang lain, objek, atau gagasan. Sederhananya bagaimana merasakan berbagai hal. (King, 2010: 184)

2. Pandangan dunia

Pandangan dunia adalah orientasi budaya terhadap Tuhan, kehidupan, kematian, alam semesta, kebenaran, dan isu-isu

filosofis lainnya yang berkaitan dengan kehidupan. Pandangan dunia mencakup agama dan ideologi. Tak terelakkan pandangan dunia akan mewarnai persepsi kita atas realitas di sekeliling kita.

3. Organisasi sosial

Organisasi sosial yang kita masuki apakah juga akan mempengaruhi kita dalam mempersepsi dunia dan kehidupan yang mempengaruhi perilaku kita. Keanggotaan dalam kelas sosial juga mempengaruhi komunikasi kita. Persepsi kita terhadap realitas akan berbeda juga

4. Tabiat manusia

Pandangan kita tentang siapa, bagaimana sikap dan watak kita juga akan mempengaruhi cara kita mempersepsi lingkungan fisik dan sosial.

5. Orientasi Kegiatan

Orientasi ini paling baik dianggap sebagai suatu rentang:

siapa seseorang hingga apa yang dilakukan seseorang. Dalam suatu budaya mungkin terdapat dua kecenderungan ini, namun salah satu biasanya dominan (Muyana, 2007: 225)

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2009: 50). Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional. David Krech

dan Richard S. Crutchfiels (1977: 235) menyebutnya faktor fungsional dan faktor struktural.

a. Faktor Fungsional yang menentukan Persepsi

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimulus itu. Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi yang pertama bahwa: Persepsi bersifat selektif secara fungsional. Dalil ini berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi biasanya objek-objek yang mememnuhi tujuan individu yang melakukan persepsi (Rakmat, 2009: 55).

b. Faktor Struktural yang menentukan Persepsi

Faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Para Psikolog Gestalt, seperti Kohler, Wartheimer, dan Koffka merumuskan prinsip-prinsip persepsi yang bersifat structural. Menurut teori Gestalt, bila kita memersepsi sesuatu, kita memersepsinya sebagai suatu keseluruhan (Rakhmat, 2009: 57). Dengan kata lain, dinamika khusus dalam interaksi ini menentukan distribusi fakta dan kualitas lokalnya. Maksud Kohler, jika kita ingin memahami suatu peristiwa, kita tidak dapat meneliti fakta-

fakta yang terpisah; kita harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan.

Dari prinsip ini, Krech dan Crutchfield melahirkan dalil persepsi yang kedua, bahwa: Medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti. Kita mengorganisasikan stimulus dengan melihat konteksnya. Dalam hubungan dengan konteks, maka Krech dan Crutchfield menyebutkan dalil persepsi yang ketiga: sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan. Menurut dalil ini, jika individu dianggap sebagai anggota kelompok, semua sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh keanggotaan kelompoknya, dengan efek yang berupa simulasi atau kontras.

Karena manusia selalu memandang stimulus dalam konteksnya, dalam strukturnya ia pun akan mencoba mencari struktur pada rangkaian stimuli. Struktur ini diperoleh dengan jalan mengelompokkan berdasarkan kedekatan atau persamaan. Prinsip kedekatan ini menyatakan bahwa stimulus yang berdekatan satu sama lain akan dianggap satu kelompok. Dari prinsip ini, Kretch dan Crutchfield menyebutkan dalil persepsi yang keempat: bahwa objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama (Rakhmat, 2009: 59)

3. Determinisme Teknologi

Teori Determinisme Teknologi dikemukakan pertama kali oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berfikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia bergerak dari satu abad teknologi ke teknologi yang lain.

Mc Luhan berfikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Pertama, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. Kedua, perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. Ketiga, peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk dan mempengaruhi kehidupan kita sendiri. Media tak lain adalah alat untuk memperkuat, memperkeras, dan memperluas fungsi dan perasaan manusia. Dengan kata lain, masing-masing penemuan media baru yang kita betul-betul pertimbangkan untuk memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia.

Teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi. Mc Luhan memandang penemuan teknologi

sebagai hal yang sangat vital karena menjadi kepanjangan atau ekstensi dari kekuatan pengetahuan (kognitif) dan persepsi pikiran manusia (Morissan, 2013: 31).

4. Media Baru (*New Media*)

Pada tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besarnya, *The Second Age*, yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. (Littlejohn, 2012: 413)

Dalam bukuyang berjudul *Cyberculture*, dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas. Tentu saja, media baru tidak seperti interaksi tatap muka, tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya. Media baru juga mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian dan keuntungan, dan kebimbangan. Sebagai contoh, media baru mungkin memberikan penggunaan yang terbuka dan fleksibel, tetapi juga dapat menyebabkan terjadinya kebingungan dan kekacauan. (Littlejohn, 2012: 414)

Adapun menurut John Vivian, keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*. Holmes

(2005: 10) membagi media dalam perspektif historis yang menjadi era media pertama (*first media age*), dengan pola *broadcast* dan era media kedua (*second media age*). Ini bermakna bahwa pada media baru khalayak tidak sekedar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbarui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan itu. Meyrowitz (1999: 51) mengungkapkan bahwa lingkungan media baru atau yang dikenal dengan *cyberspace* telah membawa tawaran pemikiran baru terhadap riset media yang tidak hanya berfokus pada pesan semata, tetapi mulai melibatkan teknologi komunikasi sendiri secara langsung maupun tidak memberikan fakta bahwa perangkat komunikasi berteknologi itu merupakan salah satu bentuk atau tipe dari lingkungan sosial.

Media baru bagi Jordan (2009) memberikan informasi pribadi yang jauh lebih banyak (*identity fluidity*) dibandingkan media tradisional pada umumnya. Jika dalam dunia nyata informasi diri baru terungkap seiring dengan intensitas dan interaksi antara entitas, sedangkan dalam interaksi di internet informasi menjadi sedemikian banyak terbuka. (Nasrullah, 2012: 98)

5. Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang memiliki fungsi khusus dalam hal mengelola foto dengan membagikannya ke publik. Kata Instagram berasal dari dua kata yaitu *Insta* dan *Gram*. Kata *Insta* merupakan

permulaan dari kata “instan”. Penggunaan kata instan terinspirasi dari foto jaman dulu yang biasa dikenal dengan kamera Polaroid. Sama halnya dengan kamera tersebut, aplikasi instagram juga bisa menghasilkan dan mengelola foto secara cepat dan instan. Kata *Gram* sendiri merupakan pengambilan kata dari “telegram” yang mana alat ini memiliki fungsi sebagai perangkat pengirim informasi yang cepat. Dengan kombinasi kata “*Insta*” dan “*Gram*” maka terbentuklah sebutan Instagram yang memiliki fungsi untuk mengupload setiap foto yang dihasilkan.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang menjadi populer karena mempunyai karakteristik dan keunikannya tersendiri, yakni hanya berisi aliran karya fotografi dari para penggunanya. Fitur utamanya mirip dengan Twitter, mulai dari penggunaan istilah “pengikut” untuk akun yang saling terhubung satu sama lain, sampai ke fitur @mention dan #hashtag. Meskipun di Twitter sudah menempatkan fitur berbagi foto dengan fokus utama dalam pengembangan produk, instagram tetap paling unggul di *platform* fotografi berjejaring.

Penggunaan media sosial instagram dapat dilihat dengan pemilihan penggunaan pada fitur-fitur yang tersedia, karena tiap fitur memiliki fungsi yang berbeda-beda. Adapun fitur-fitur instagram adalah:

a. Pengikut (*followers*)

Melalui fitur *followers* penyebaran informasi dari sebuah akun menjadi lebih mudah, komunikasi antar pengguna juga dapat

terjalin dengan baik. Orang yang telah mengikuti sebuah akun, unggahan yang terdapat pada akun tersebut akan masuk ke beranda yang mengikuti, sehingga dengan melihat foto yang bagus akan menginspirasi dan menantang untuk menghasilkan karya yang bagus. (Bambang, 2012: 60)

Pengikut juga menjadi salah satu unsur penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

b. Unggahan Foto (*Photo Upload*)

Fitur utama dari instagram adalah unggah foto dan video. Untuk mengunggah foto, pengguna instagram dapat mengambil foto melalui kamera ponsel ataupun foto yang sudah ada didalam galeri ponsel. (Bambang, 2012: 42)

c. Judul Foto (*Caption*)

Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Membuat *caption* bisa memberikan kesenangan tersendiri, karena disini kita bisa berkreasi dengan merangkai kata yang memikat. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori. Tidak ada aturan baku dalam membuat judul foto, namun pada umumnya *caption* lebih bersifat untuk memperkuat karakter

atau pesan yang ingin disampaikan dalam foto tersebut. (Bambang, 2010: 52)

d. Tagar (*hastag*)

Hastag atau disombolkan dengan (#) adalah label yang diberi awalan (#) yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan “kata kunci”. Bila para pengguna memberikan hastag pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah ditemukan. Hastag itu sendiri dapat digunakan di segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat pengambilan foto tersebut, atau untuk memberitakan sebuah acara. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkan hastag sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Kalangan penggiat internet di Indonesia menerjemahkan *hastag* menjadi tagar yang merupakan singkatan dari tanda pagar. (Bambang, 2012: 53)

e. Tanda Suka

Instagram juga memiliki fitur tanda suka yang fungsinya sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto didalam instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Memberikan tanda suka pada foto yang disukai dilakukan dengan dua cara, yaitu menekan tanda *like* di kiri bawah foto

sebelah tanda komentar dan dengan mengetuk dua kali (*double tap*) pada foto yang disukai (Bambang, 2012: 63)

f. Popular

Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu. foto-foto yang masuk di halaman popular relative bagus sehingga banyak yang menyukai. Kita bisa eksplorasi pengguna dari belahan dunia manapun. (Bambang, 2012: 62)

Foto-foto yang berada di halaman popular tersebut tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut, melainkan dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto popular baru lain yang masuk ke dalam daftar halaman tersebut.

6. Santri

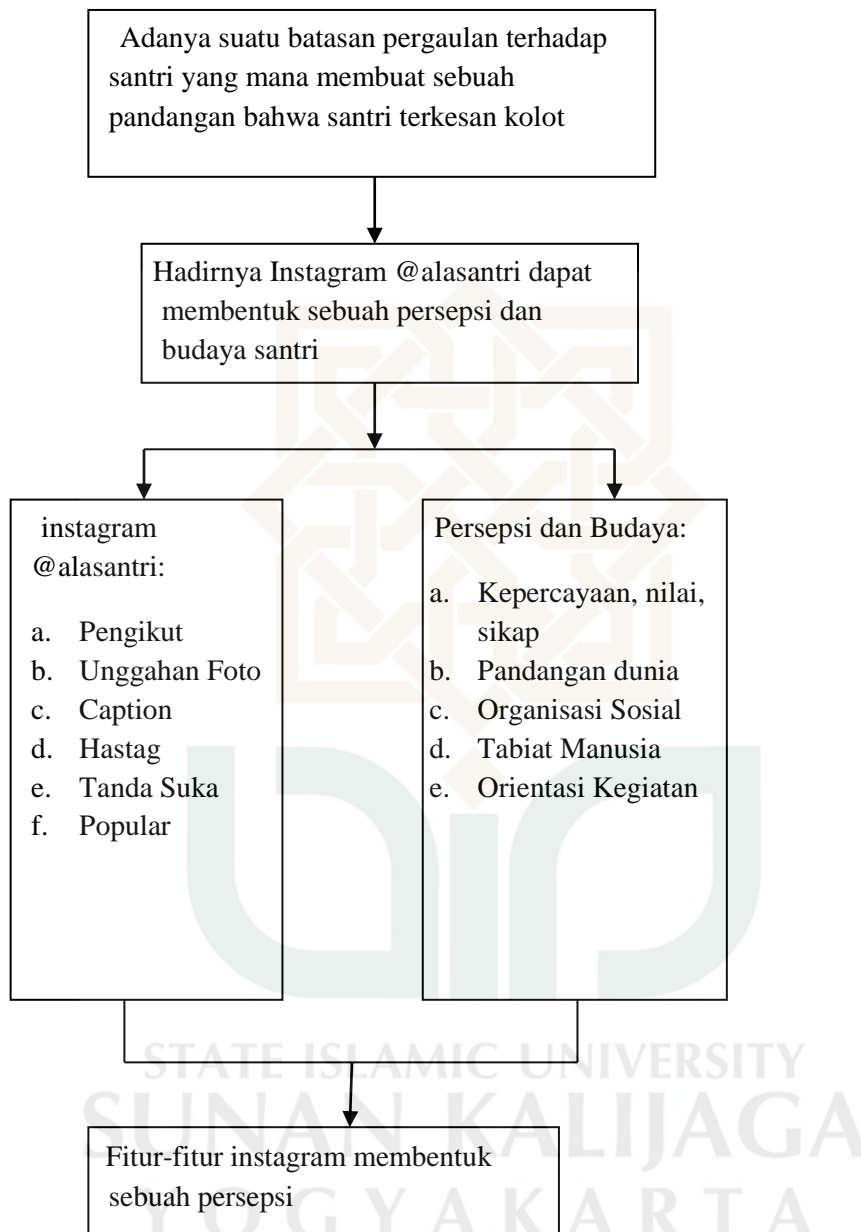
Santri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti (1) Orang yang mendalami agama Islam; (2) Orang yang beribadat dengan sungguh-sungguh; (3) Orang yang mendalami pengajiannya dalam agama Islam dengan berguru ke tempat yang jauh seperti pesantren.

Santri adalah siswa yang tinggal di Pesantren, guna menyerahkan diri. Ini merupakan persyaratan mutlak untuk memungkinkan dirinya menjadi anak didik kiai dalam arti sepenuhnya. Dengan kata lain, ia harus memperoleh kerelaan sang kiai dengan mengikuti segenap kepentingannya. Pelayanan harus dianggap sebagai tugas kehormatan yang merupakan ukuran penyerahan diri itu. Kerelaan kiai ini, yang

dikenal di pesantren dengan *namabarokah* adalah alasan tempat berpijak santri didalam menuntut ilmu; dengan tekanan pada kebutuhan memperoleh kerelaan kiai inilah diciptakan mekanisme consensus dalam pembentukan tata nilai di pesantren. Status sebagai seorang santri di pesantren, dengan demikian memiliki fungsi sebagai medium guna menciptakan ketundukan pada tata nilai yang berlaku di pesantren itu sendiri. (Wahid, 2007: 22)



F. Kerangka Pemikiran



(sumber: Olahan Penelitian)

G. Metode Penelitian

Metode penelitian digunakan agar suatu penelitian dapat lebih tersusun dan rasional dengan menggunakan jenis dan teknik tertentu. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode studi deksriptif kualitatif.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi deskriptif kualitatif (*Qualitative Research*). Studi deskriptif adalah memaparkan suatu situasi atau peristiwa (Ruslan, 2006: 71-72). Penelitian deskriptif memaparkan situasi atau peristiwa, peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan serta tidak menguji hipotesis (Rakhmat, 2008: 24). Metode penelitian kualitatif didasarkan pada penelitian observasi non-kuantitatif di lapangan dan dianalisis dengan cara non-statistik. Penelitian kualitatif tidak harus selalu merumuskan daftar pertanyaan terlebih dahulu. Kenyataan sosial dapat diamati melalui bahasa tubuh, perilaku, ungkapan atau ucapan responden sendiri. (Soeprapto, 2011: 7)

2. Penentuan Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian atau seseorang yang mengenyainya. Subjek penelitian itu dapat diamati melalui dua cara. *Pertama*, peneliti melakukan pengamatan secara diam-diam sehingga mereka tidak menyadari kalau sedang diteliti. *Kedua*, peneliti melakukan pengamatan langsung dengan cara memberitahukan kehadiran dan tujuannya kepada subjek penelitian. (Soeprapto, 2011: 10)

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah santriwati Pondok Pesantren Krpyak Yogyakarta.

Objek penelitian adalah masalah apa yang ingin diteliti atau suatu masalah yang dipecahkan atau dibatasi melalui penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah instagram @alasantri.

3. Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat dari sumbernya atau informan pertama. Sedangkan data sekunder adalah data untuk mendukung informasi primer baik melalui dokumen maupun observasi langsung ke lapangan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Menentukan data primer diperlukan informan untuk diwawancarai. Informan adalah orang-orang yang mempunyai hubungan terhadap penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informan untuk diwawancarai adalah tiga santriwati Pondok Pesantren Krpyak Yogyakarta yang memiliki ciri-ciri seorang mahasantri (santri mahasiswa) yang sudah mondok minimal 2 tahun dan pengguna aktif instagram dan satu orang admin instagram @alasantri sebagai pelaku dari masalah penelitian ini. Data sekunder berupa dokumen juga digunakan untuk mendukung data dari informasi informan.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan dua metode, yaitu:

a. Metode Wawancara

Metode wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar pewawancara dengan informan dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.

b. Metode Dokumenter

Metode dokumenter adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti. Metode dokumenter merupakan salah satu metode pengumpulan data yang berasal dari sumber bukan manusia. (Soeprapto, 2011: 27)

c. Metode Analisis Data

Proses analisis data memerlukan upaya penggenapan, penyempurnaan, atau bahkan sebaliknya, yaitu melakukan reduksi (pengurangan) terhadap data yang telah diperoleh. (Soeprapto, 2011: 7.3)

Analisis data yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan metode Miles dan Hubberman (1994) yang menyatakan bahwa analisis data terdiri dari tiga komponen, yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data, (3) penarikan kesimpulan/verifikasi

a. Reduksi data

Menurut Miles dan Hubberman (1994) reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data ‘kasar’ yang muncul dari catatan-catatan tertulis selama di lapangan. Data yang direduksi tersebut sudah barang tentu data yang tidak berguna, tidak relevan, atau data yang tidak secara langsung memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan oleh peneliti. (Soeprapto. 2011: 7.4)

Reduksi data memiliki tiga tahapan. Tahapan pertama adalah *editing*, pengelompokan dan meringkas data. Tahap kedua adalah peneliti menyusun catatan atau memo yang berkenaan dengan proses penelitian sehingga peneliti dapat menentukan tema, kelompok dan pola data. Tahap ketiga adalah peneliti menyusun rancangan konsep-konsep serta penjelasan yang berkenaan dengan tema, pola atau kelompok-kelompok yang bersangkutan

b. Penyajian Data

Melibatkan langkah-langkah mengorganisasikan data, yakni menjadi kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain sehingga seluruh data benar-benar dilibatkan.

c. Pengujian kesimpulan

Peneliti mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari

penyajian data yang dibuat. Peneliti dapat memaparkan kesimpulan dari sudut pandang peneliti untuk mempertegas skripsi.

d. Keabsahan Data

Salah satu cara paling penting dan mudah dalam menguji keabsahan data hasil penelitian adalah dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan waktu. (Sugiyono, 2011: 274)

1. Triangulasi sumber

Yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. (Sugiyono, 2011: 274)

2. Triangulasi teknik

Yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, misalnya data yang didapat dengan wawancara kemudian di cek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner. (Sugiyono, 2011: 275)

Pada penelitian ini, proses untuk menguji kredibilitas data tentang persepsi santri pada instagram, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Dimana sumber yang didapat berasal dari wawancara, dokumentasi, maupun observasi.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki sebuah rumusan masalah bagaimana persepsi santri pada instagram @alasantri. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa setiap fitur yang ada di Instagram dapat membentuk sebuah persepsi seseorang. Instagram @alasantri memanfaatkan setiap fitur yang tersedia di instagram, sehingga hal itu dapat memberikan sebuah persepsi kepada santri baik dari santri lainnya ataupun dari masyarakat sekalipun. Pada penelitian ini ditemukan bahwa segala fitur-fitur di Instagram seperti unggahan foto, *caption*, *hashtag*, *like*, dan laman populer berhasil menciptakan sebuah persepsi dan budaya terkait santri.

Adapun beberapa bagian dari persepsi dan budaya adalah: kepercayaan nilai dan sikap, pandangan dunia, organisasi sosial, tabiat manusia, dan orientasi kegiatan. Dalam kepercayaan nilai dan sikap ini bahwa fitur yang digunakan oleh @alasantri telah berhasil membentuk sikap percaya dari pengikutnya karena memiliki nilai-nilai yang sama dengan kehidupan santri yang mana hal itu membuat sebuah kedekatan tersendiri. Dan postingan @alasantri pun memang selalu memaparkan dan memberikan informasi seputar kegiatan atau budaya santri di pesantren yang mana hal ini menjadi sebuah pandangan tersendiri untuk masyarakat yang masih tabu dengan dunia pesantren.

Instagram @alasantri sangat memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan oleh @alasantri sehingga masing-masing dari fitur instagram itu saling menguatkan satu sama lain dengan tujuan yang sama. Kesamaan sebuah organisasi sosial pun dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk mereka saling *follow* pada instagram tersebut. Instagram @alasantri selalu mengundang *followers* nya dari konsistennya dia dalam mengunggah foto dan video terkait kegiatan santri, juga dari *caption* yang bersifat persuasif dan interaktif yang menjadikan instagram @alasantri menjadi hidup dengan banyak nya respon yang masuk.

Instagram @alasantri telah dianggap sebagai rumah dan media para santri untuk menciptakan identitas dan membentuk eksistensi terkait dirinya. Selain itu @alasantri pula dijadikan wadah untuk nostalgia mengingat-ingat masa-masa di Pondok dulu. Hadirnya instagram @alasantri dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap santri yang hanya dianggap kolot dan hanya menganggap santri hanya fokus mengaji dan berjamaah. Dan di instagram @alasantri ini seolah menunjukkan dan memberi informasi bahwa santri tak melulu hanya berjamaah dan mengaji tapi juga bisa berprestasi.

B. Saran

Dalam penyusunan penelitian ini ,peneliti menemukan beberapa aspek yang bisa dikaji dan diteliti lebih jauh berkaitan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Saran untuk Instagram @alasantri

Diharapkan kepada admin @alasantri untuk tetap mempertahankan konsistensinya untuk memberikan informasi terkait dengan kegiatan yang berkaitan dengan santri dan pesantren. Serta tetap interaktif kepada para *followers* nya agar tercipta proses komunikasi dan interaksi yang mudah. Semakin meluaskan informasi terkait pesantren di beberapa daerah di Indonesia yang belum tersentuh untuk diinformasikan.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Penelitian terkait Instagram memang sudah banyak ditemukan, tetapi penelitian tentang terbentuknya sebuah persepsi di Instagram masih belum mudah ditemukan. Oleh karena itu peneliti berharap agar kedepannya penelitian tentang persepsi di Instagram dapat dikembangkan lagi dengan penelitian terhadap fitur-fitur di Instagram diulas secara mendalam dan dikaitkan dengan persepsi secara mendalam lagi.

3. Saran untuk pembaca

Diharapkan agar pembaca menjadi semakin bijak lagi dalam menggunakan media sosial saat ini khususnya pada media sosial Instagram. Karena bagaimanapun Instagram saat ini sudah menjadi primadona diantara beberapa *platform* media sosial yang lain, sehingga masyarakat dan orang lain dapat dengan mudah dan bebas memberikan sebuah persepsi pada diri kita hanya dengan mengamati akun Instagramnya saja.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Al-Qur'an dan Terjemahannya, Lentera Optima Pustaka

Arifin, Zaenal. 2009. *Evaluasi Pembelajaran: Prinsip, Teknik, Prosedur.*

Bandung: Remaja Rosdakarya

Littlejohn, Stephen. 2009. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)* Jakarta: Salemba Humanika

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia).* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Nasrullah, Rulli: 2014. *Komunikasi Antarbudaya Di Era Budaya Siber.* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Massa.* Bogor: Ghalia Indonesia

Mulyana, Dedi. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Mulyana, Dedi. 2008. *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset

Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Soeprapto. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka

Sugiyono. 2011. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Ruslan, Rusadi. 2006. *Metode Penelitian Public Relations*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya

Dwi Atmoko, Bambang. 2012. *Handbook Instagram*. Jakarta: Media Kita

Wahid, Abdurrahman. 2007. *Menggerakkan Tradisi*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta

Internet:

<http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/15/10/19/nwgab0334-kh-tafidz-pemerintah-akui-eksistensi-santri> (diakses pada tanggal 5 april 2017: 12.01)

<http://library.fikom.unpad.ac.id/digilib/> (diakses pada tanggal 7 April 2017: 21.07)

<http://digilib.uin-suka.ac.id/> (diakses pada tanggal 31 Maret 2017: 14.06)

<http://jagosejarah.blogspot.co.id/2015/02/sejarah-masuknya-islam-ke-indonesia.html>

(30/05/2017: 12.18)

<http://cahmanistenan.blogspot.co.id/2012/04/hadits-tentangtata-cara-pergaulan.html>

(30/05/2017: 13.10)

(<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta> : 30/05/2017: 14.35)

(<https://tafsirq.com/49-al-hujurat/ayat-12> : 05/06/2017: 22.08)

(<https://muslim.or.id/25800-prasangka-buruk-yang-dibolehkan.html> : 05/06/2017: 22.52)

(http://www.kompasiana.com/sukmascn/mengatasi-persepsi-negatif_55e4453e779373722e1b0daf 05/06/2-17: 22.56)

(<http://kbbi.web.id/santri>: 30/05/2017: 23.00)

(www.alasantri.co.id : 01/07/2017: 22.00)

(www.kompasiana.com diakses pada tanggal 01 September 2017: 01.30).

Skripsi:

Makhin, Ahmad. 2011. *Pengaruh Akun Instagram Javafoodie terhadap Minat beli Konsumen*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Arif, Saiful. 2015. *Persepsi Mahasiswa terhadap tayangan Reality Show Mistik*. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Adiprastowo, Arizka. 2016. *Pengaruh motif penggunaan Media melalui Akun Instagram @anakjajan terhadap keputusan berwisata kuliner*. Bandung: Program Studi Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung.



LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



(Wawancara bersama Informan 1)



(Wawancara bersama Informan 2)



(Wawancara bersama Informan 3)


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



(Wawancara bersama Triangulasi Sumber)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Nama : Imana Tahira
TTL : Tasikmalaya, 05 Juli 1995
Alamat : Jln. K.H Ruhiat no 25,
Cipasung, Cipakat, Singaparna,
Tasikmalaya, Jawa Barat.
(Komplek Pondok Pesantren
Cipasung, Tasikmalaya)

KONTAK

☎ 085659669925

📘 Imana Tahira

📷 Imana Tahira

🐦 @sayaimana

✉ sayaimanatahira.blogspot.co.id

✉ tahiraimana05@gmail.com

KEMAMPUAN

Menulis	<div style="width: 100%;"><div style="width: 95%;"></div></div>
MC	<div style="width: 100%;"><div style="width: 90%;"></div></div>
Microsoft Office	<div style="width: 100%;"><div style="width: 85%;"></div></div>
Media Sosial	<div style="width: 100%;"><div style="width: 80%;"></div></div>

KETERTARIKAN

Menulis Fiksi/Event/Kerjasama/Menulis Kreatif/
MC/Marketing Communication

CURICULUM VITAE

PENGALAMAN

2016

Divisi Acara dan Publikasi Milangkala KPMTY
Internship *Marketing Communications* Pikiran Rakyat Bandung
Divisi Sastra Teater Eska UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Humas KPMT-Y (Keluarga Pelajar Mahasiswa Tasikmalaya – Yogyakarta)

2015

Asisten Sutradara 2 Film Pendek “Selimut” Film Workshop UKM UIN SUKA
Editor dan Reporter Tabloid OTW Magazine (Tugas Kuliah)
Penulis Naskah Film Pendek dan Pimpinan Produksi “Tuhan Diantara Kita”

2013

Ketua Perpindahan Asrama Puteri Esa Pondok Pesantren Cipasung

2012

Bendahara Sanggar Seni Kobong Man Cipasung

PENDIDIKAN FORMAL

2013-2017

Ilmu Komunikasi UIN SUKA

2010-2013

MAN Model Cipasung Tasikmalaya

2007-2010

SMPI Cipasung Tasikmalaya

2001-2007

MI Cipasung Tasikmalaya

PENDIDIKAN NON-FORMAL

2017

Kelas Penulisan Puisi Bersama Joko Pinurbo

2015

Pelatihan MC Bersama Akber Jogja

2011

Pelatihan Jurnalistik bersama IPNU/IPNU
Tasikmalaya

PRESTASI

2017

Salah satu penulis di Antologi Puisi “Berbagi Dzikir”

2014

Salah satu penulis di Antologi Puisi “100 Perempuan dalam Puisi”

2010

Juara Lomba Cipta Puisi se- Priangan Timur