



**PERSUASI POSTING PEMILIHAN CIDE KODE BENTENG
2023 MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT
GENERASI MUDA**

SKRIPSI

Oleh:

Nama : Michael Riyano

NIM : 20190400017

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2023



**PERSUASI POSTING PEMILIHAN CIDE KODE BENTENG
2023 MELALUI INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT
GENERASI MUDA**

Diajukan sebagai pemenuhan sebagian persyaratan Program Sarjana

Oleh:

Nama : Michael Riyano
NIM : 20190400017
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

TANGERANG

2023



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : Persuasi Posting Pemilihan Cide Kode Benteng 2023
Melalui Instagram Dalam Menarik Minat Generasi Muda
Nama : Michael Riyano
NIM : 20190400017
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tugas akhir ini telah disetujui pada tanggal 22 Agustus 2023

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Galuh Kusuma Hapsari., S.Si., M.I.Kom

NIDN: 0401018307

Dosen Pembimbing

Dr. F.X. Rahyono., S.S, M.Hum

NIDN: 8918350022



SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galuh Kusuma Hapsari., S.Si., M.IKom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan bahwa:

Nama : Michael Riyano

NIM : 20190400017

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Persuasi Posting Pemilihan Cide Kode Benteng 2023

Melalui Instagram Dalam Menarik Minat Generasi Muda

Dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 22 Agustus 2023

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing

Galuh Kusuma Hapsari., S.Si., M.I.Kom

Dr. F.X. Rahyono., S.S, M.Hum

NIDN: 0401018307

NIDN: 8918350022



LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Michael Riyano
NIM : 20190400017
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Persuasi Posting Pemilihan Cide Kode Benteng 2023

Melalui Instagram Dalam Menarik Minat Generasi Muda
Telah berhasil dipertahankan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua Penguji : **Adrallisman, S.S., M.Hum**
NIDN: 0427117501

2. Penguji 1 : **Tia Nurapriyanti, S.Sos, M.IKom**
NIDN: 0310048205

3. Penguji 2 : **Survadi Wardiana, M.I.Kom**
NIDN: 0411118205

Dekan Fakultas Sosial dan Himaniora
Universitas Buddhi Dharma

Dr. Lilie Suratminto, M.A.
NIDK: 8875430017
FAKULTAS
SOSIAL DAN HUMANIORA



PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas akhir dengan judul “Persuasi Posting Pemilihan Cide Kode Benteng Melalui Instagram Dalam Menarik Minat Generasi Muda” adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Michael Riyano

NIM : 20190400017

Tanda Tangan :



Tanggal : 22 Agustus 2023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Yang telah memberikan rahmat dan kasih karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Begitu pula dalam penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktunya, sesuai dengan prosedur yang telah diberikan. Skripsi ini dibuat dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma. Judul yang penulis pilih adalah “Persuasi Posting Pemilihan Cide Kode Benteng 2023 Melalui Instagram Dalam Menarik Minat Generasi Muda”

Skripsi ini secara umum sangat bermanfaat karena membahas tentang posting instagram pemilihan Cide Kode Benteng 2023. Penulisan skripsi ini dapat terlaksana berkat bantuan dari pihak-pihak terkait. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setinggi - tingginya kepada:

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M., B.K.P., selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma
2. Dr. Lilie Suratminto, M.A., selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora;
3. Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi;
4. Dr. FX. Rahyono, M.Hum., selaku dosen pembimbing serta pembimbing akademik yang telah membantu mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;

5. Sello Satrio, S.IKom., M.IKom., Suryadi Wardiana M.I.Kom, dan Tia Nurapriyanti S.Sos., M.IKom selaku dosen tetap Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma;
6. Adrallisman, S.S., M.Hum, selaku dosen penguji yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
7. Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom, selaku dosen penguji yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
8. Suryadi Wardiana, M.I.Kom, selaku dosen penguji yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
9. Semua Staff Admin Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma yang telah membantu mengurus administrasi, sehingga administrasi tersebut bermanfaat dalam mendukung skripsi penulis;
10. Teman-Teman dan rekan kerja di PT. Rendplast Panca Mulia, Ibu Depie Susanti, Bapak Ek Kau, Yonad Bryan, Trijaya P. C. Immey, Steven K. Wongso, Sisca, dan staff lainnya yang telah membantu penulis dalam melonggarkan waktu kerja untuk menyelesaikan skripsi ini;
11. Orang tua yang telah mendukung sepenuhnya pelaksanaan kuliah, baik moril maupun materil. Serta keluarga yang telah tiada henti melantunkan doa dan pengharapan;
12. Inka Aprilian Sudjono, Natalia Putri Natasyah, David Thomas, Tania Diandra Paramitha, dan Melly Ananda Juwita terima kasih atas pertemanan yang luar biasa selama berkuliah sampai dengan saat ini dan dukungan tiada henti untuk penulis;

13. Ko Indra Lesmana Teja, Ci Rika Lenawaty, Ci Hilda Permatasari, Inggrit Laurenza, Lila Anggreani, serta teman-teman Cide Kode Benteng yang terus memberikan semangat dan doa untuk penulis;
14. Teman-Teman Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma angkatan 2019 yang ikut membantu dalam penyelesaian laporan ini;

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penyusun mengharap adanya saran, masukan maupun kritikan yang sifatnya edukatif dan konstruktif guna melengkapi kekurangan skripsi ini agar dapat lebih sempurna. Penulis berharap semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan *skill* serta wawasan mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi dharma. Semoga skripsi yang sederhana ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua.

Tangerang, 22 Agustus 2023



Michael Riyano

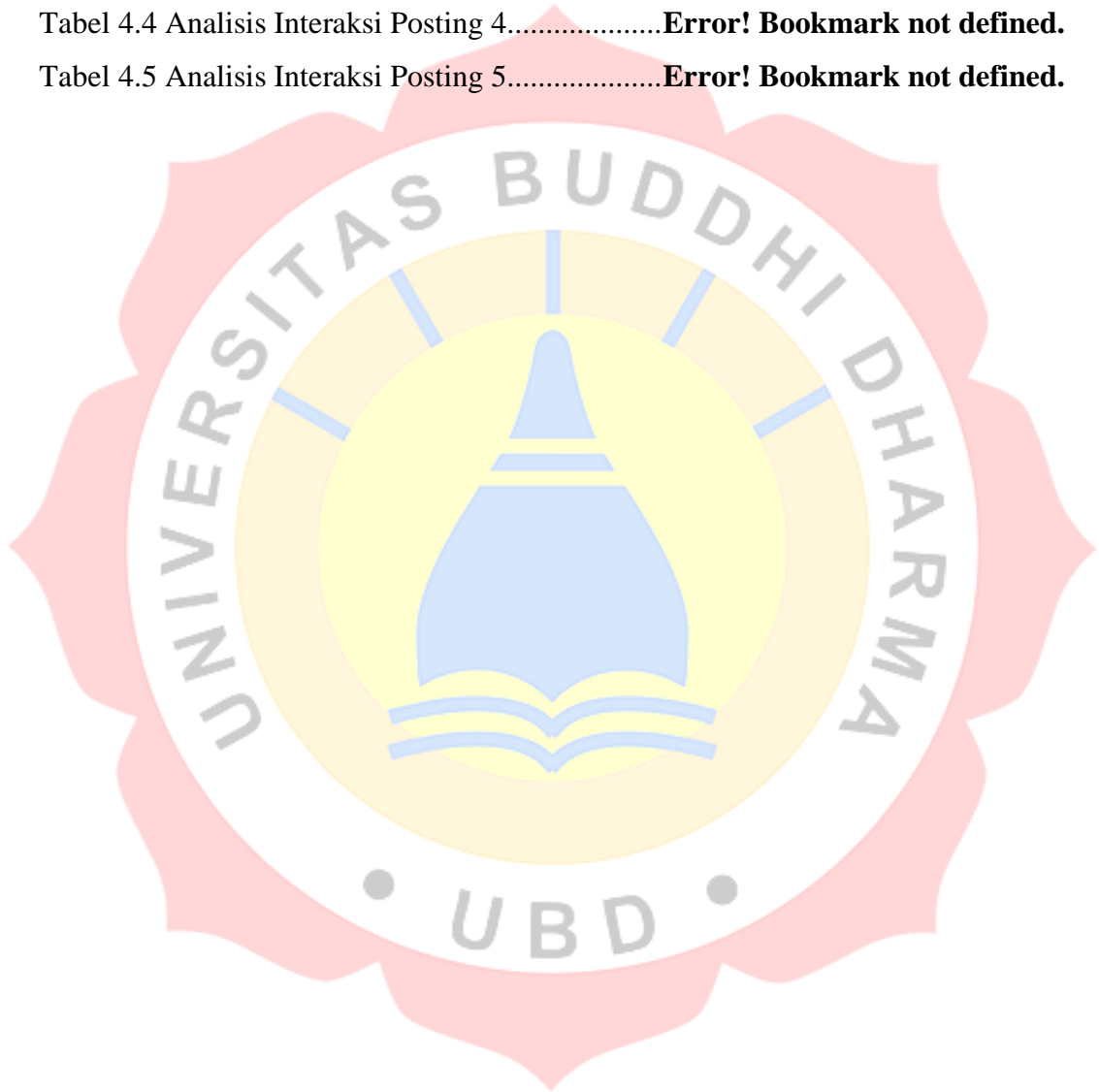
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINILITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Aspek Teoritis	5
1.5.2 Aspek Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	7
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teoritis	13
2.2.1 Komunikasi	13
2.2.2 Prinsip dan Fungsi Komunikasi	15
2.2.3 Teori Media Komunikasi	17
2.2.4 Teori Komunikasi Visual	18
2.2 Kerangka Teori.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian	24
3.2 Subjek/Objek Penelitian	25
3.2.1 Subjek Penelitian.....	25

3.2.2	Objek Penelitian.....	25
3.3	Teknik Pengumpulan dan Reduksi Data	25
3.4	Teknik Pengolahan Data.....	29
3.5	Teknik Analisis Data	30
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Pembahasan Temuan Hasil Analisis Elemen Komunikasi yang Digunakan dalam Postingan Informasi Tentang Cide Kode Benteng.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Pembahasan Temuan Hasil Analisis Cara Penyampaian Pesan Persuasif yang Dikomunikasikan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Pembahasan Temuan Hasil Analisis Respon Generasi Muda Terhadap Posting Instagram.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Analisis Interaksi Posting 1.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Analisis Interaksi Posting 2.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Analisis Interaksi Posting 3.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Analisis Interaksi Posting 4.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Analisis Interaksi Posting 5.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Shannon Weaver	15
Gambar 2.2 Metafungsi dalam Bahasa Gambar	20
Gambar 2.3 Kerangka Interaksi dalam Gambar Kress & van Leeuwen (2016:149)	22
Gambar 2.4 Kerangka Teori.....	23
Gambar 3.1 Postingan Instagram @cidekodebenteng	27
Gambar 3.2 Posting Instagram @cidekodebenteng.....	27
Gambar 3.3 Posting Instagram @cidekodebenteng.....	28
Gambar 3.4 Posting Instagram @cidekodebenteng.....	28
Gambar 3.5 Posting Instagram @cidekodebenteng.....	29
Gambar 4.1 Logo Cide Kode Benteng.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Cide Kode Benteng 2019.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.3 Grand Final Pemilihan Cide Kode Benteng 2023 ...	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.4 Home Instagram @cidekodebenteng	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.5 Posting Instagram @cidekodebenteng	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.6 Posting Instagram @cidekodebenteng	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.7 Posting Instagram @cidekodebenteng	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.8 Posting Instagram @cidekodebenteng	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.9 Posting Instagram @cidekodebenteng	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.10 Posting Instagram @cidekodebenteng	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.11 Posting Instagram @cidekodebenteng	Error! Bookmark not defined.

Gambar 4.12 Posting Instagram @cidekodebenteng **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.13 Posting Instagram @cidekodebenteng **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.14 Posting Instagram @cidekodebenteng **Error! Bookmark not defined.**



ABSTRACT

Social media is a platform where a lot of human source used to communicate with each other in society. Cide Kode Benteng audition post are meant to attract the young generation to embrace and to preserve the culture of Cina Benteng by participating the audition of Cide Kode Benteng 2023, that's been spread out through the social media of Instagram, as a platform where a lot of young generation used nowadays. This observation is meant to discuss about the persuasive posting of Cide Kode Benteng 2023 audition by using Instagram to attract the young generation. This observation using 5 kind of qualitative methods and interviewing the 5 winners of Cide Kode Benteng 2023. The visual design analysis result of @cidekodebenteng post on Instagram and the answer from the interview showing that posting has achieved to attract the attention of younger generation to participate the audition of Cide Kode Benteng 2023.

Keyword : Cide Kode Benteng, Persuasion, Instagram Post

ABSTRAK

Media sosial menjadi media yang banyak digunakan manusia sebagai makhluk sosial untuk berkomunikasi. Postingan pemilihan Cide Kode Benteng 2023 ini bertujuan untuk mengajak generasi muda turut serta melestarikan kebudayaan Cina Benteng dengan mengikuti pemilihan Cide Kode Benteng 2023, yang disampaikan melalui media sosial Instagram, sebagai media yang banyak dikonsumsi oleh generasi muda. Penelitian ini membahas tentang persuasi posting pemilihan Cide Kode Benteng 2023 melalui instagram dalam menarik minat generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan disertai dengan wawancara kepada 5 pemenang Cide Kode Benteng 2023. Hasil analisis desain visual terhadap postingan instagram @cidekodebenteng serta jawaban dalam wawancara menunjukkan bahwa postigan berhasil menarik respon khalayak generasi muda untuk mengikuti pemilihan Cide Kode Benteng 2023.

Kata Kunci : Cide Kode Benteng, Persuasi, Posting Instagram

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemilihan Cide Kode Benteng merupakan ajang pemilihan duta budaya Cina Benteng di Kota Tangerang. Pemilihan ini sama halnya dengan pemilihan duta-duta seperti Kang Nong Kota Tangerang, Duta Anti Narkoba Kota Tangerang, Duta Anak Kota Tangerang, dan sejenisnya. Pemilihan *peagant* sebagai representasi simbol kebuayaan atau pariwisata yang diangkat oleh komunitas itu sendiri.

Menurut Carl I. Hovland komunikasi merupakan proses yang memungkinkan seorang komunikator menyampaikan ransangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate). (Vardiansyah, 2008) Komunikasi apa yang dibangun oleh Cide Kode Benteng. Komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh komunitas sejenisnya. Aktifitas komunikasi diawali dari penafsiran, penyampaian, pemaknaan dan penerimaan lambang. Komunikasi bersangkutan dengan penciptaan dan penafsiran pesan, yang dapat terjadi karena entitas lain, baik itu manusia, benda, maupun imajinasi. Ada beberapa pandangan mengenai peristiwa komunikasi. Komunikasi secara tidak langsung terkait perilaku manusia, tetapi tidak semua perilaku manusia merupakan komunikasi. Komunitas Cide Kode Benteng menyampaikan pesan untuk generasi muda mengikuti pemilihan Cide Kode Benteng. Setiap individu ataupun kelompok memiliki caranya tersendiri untuk mempengaruhi komunikan. Posting yang dilakukan melalui instagram sebagai strategi komunikasi

yang dilakukan komunitas Cide Kode Benteng. Strategi komunikasi merupakan rangkaian cara untuk mengatur proses pelaksanaan proses komunikasi, mulai dari perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*) hingga evaluasi (*evaluation*) untuk mencapai suatu tujuan. Menurut (Heris, 2016) strategi komunikasi adalah salah satu aspek penting yang memungkinkan adanya proses akselerasi dan keberlanjutan suatu program pembangunan khususnya pada pemasaran. Saat komunikator sudah memahami sifat komunikasi, serta memahami efek yang timbul dari komunikasi, menjadi sangat penting dalam pemilihan cara yang baik untuk berkomunikasi, karena erat kaitannya dengan media yang akan digunakan komunikator. Strategi komunikasi ini akan memberikan fungsi kebudayaannya sebagai penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan tujuan untuk mewariskan masa lalu, perkembangan kebudayaan, membangun imajinasi dan mendorong kreatifitas serta kebutuhan estetika. Komunikasi bersifat kontinuitas dalam melestarikan kebudayaan, kebudayaan dilestarikan secara terus menerus dari setiap generasi sampai saat ini dan sekarang. Pelestarian kebudayaan yang dilakukan Cide Kode Benteng ini dengan mengadakan pemilihan duta budaya sebagai representasi dari budaya Cina Benteng.

Cide Kode Benteng merupakan sebuah komunitas yang berisikan generasi muda, fokus terhadap pelestarian kebudayaan Cina Benteng, khususnya di Kota Tangerang. Dengan tujuan melestarikan budaya Cina Benteng, Cide Kode Benteng terbilang masih baru, mulai dibentuk sejak 2018, kemudian adanya generasi ditahun 2019 dan 2020, namun di 2021 sempat tertunda karena pandemi Covid-19 dan kemudian pemilihan terakhir tahun 2023. Generasi Cide Kode

Benteng terus dibentuk setiap tahunnya, melalui ajang pemilihan duta budaya. Kehadiran komunitas ini ada karena banyak generasi muda yang menyadari kemajuan teknologi di era globalisasi, membuat eksistensi budaya Cina Benteng menjadi terhambat.

Cide Kode Benteng melakukan pelestarian kebudayaan melalui berbagai program kerja yang telah dirumuskan setiap tahunnya oleh tiap angkatan Cide Kode Benteng. Cide merupakan sebutan “*Cici Gede*” dan Kode merupakan sebutan dari “*Koko Gede*”, yang biasanya menjadi sapaan bagi orang-orang Cina Benteng. Kegiatan yang dilakukan Cide Kode Benteng meliputi sosialisasi, edukasi, dan promosi kebudayaan Cina Benteng melalui seminar, *workshop*, konten-konten menarik di media digital dan lain sebagainya.

Lahirnya Cide Kode Benteng, membuat lahirnya kembali eksistensi budaya Cina Benteng dari peran generasi muda. Kebudayaan menjadi bagian dari kehidupan setiap manusia, yang merupakan identitas bangsa. Setiap tahunnya secara tidak langsung Cide Kode Benteng menambah 20 semangat baru anak muda untuk melestarikan budaya Cina Benteng, yang bersifat berkelanjutan. Cide Kode Benteng menjadi bagian dari sejarah pelestarian budaya. Ajang pemilihan Cide Kode Benteng di promosikan melalui media sosial, khususnya instagram serta dengan melakukan *roadshow* di beberapa tempat seperti sekolah, kampus dan tempat ibadah.

Tradisi Cina Benteng menjadi objek pelestarian kebudayaan oleh Cide Kode Benteng. Cina Benteng merupakan salah satu wujud nyata keberhasilan akulturasi kebudayaan di Indonesia. Sejarah panjang mengantarkan Cina Benteng menjadi

budaya unik yang lahir di Kota Tangerang. Cina Benteng sebagai akulturasi kebudayaan Betawi/Sunda dan Tionghoa. Berbeda dengan peranakan Tionghoa pada umumnya, etnis Cina Benteng berkulit gelap, dan matanya tidak sipit. Masyarakat Cina Benteng sudah berakulturasi dan beradaptasi dengan lingkungan dan kebudayaan lokal, mereka tidak bisa lagi berbahasa Cina, sehingga untuk bisa berbahasa Cina harus belajar terlebih dahulu, kesehariannya menggunakan bahasa Sunda dan Betawi. Warga Cina Benteng yang relatif masih asli hanya terdapat di Kampung Sewan, Kota Tangerang. Tradisi ini terus diwariskan turun menurun. Namun, tidak sedikit generasi muda yang enggan melakukan tradisi ini karena prosesnya yang relatif lama dan tidak praktis yang bertolak belakang dengan kondisi sosial saat ini. Komunikasi perlu terus dilakukan kepada generasi muda untuk menjadi pelaku sekaligus pelestari kebudayaan Cina Benteng. Budaya Cina Benteng memiliki filosofi dan makna yang mendalam tentang kehidupan. Cide Kode Benteng berperan dalam mendistribusikan komunikasi kepada generasi muda untuk tetap melakukan tradisi-tradisi Cina Benteng.

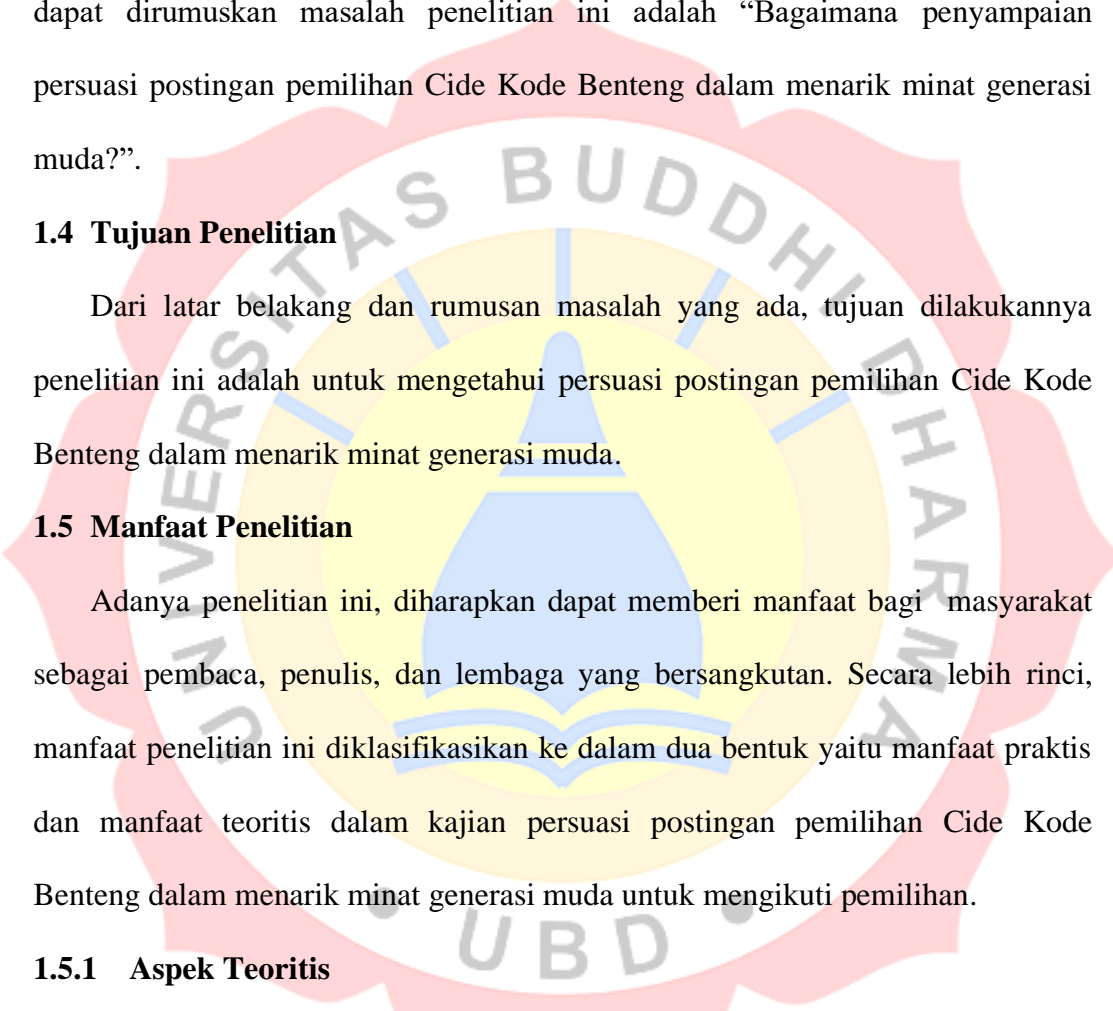
1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan orientasi lapangan dan pengamatan terhadap bentuk-bentuk penyampaian informasi dalam postingan instagram yang dilakukan, maka identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Elemen komunikasi apa yang digunakan dalam postingan informasi tentang Cide Kode Benteng?
2. Bagaimana cara penyampaian pesan persuasif yang dikomunikasikan melalui postingan pemilihan Cide Kode Benteng 2023?

3. Bagaimana respon generasi muda terhadap informasi yang disampaikan melalui posting pemilihan Cide Kode Benteng 2023?

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa penjelasan yang dituliskan pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana penyampaian persuasi postingan pemilihan Cide Kode Benteng dalam menarik minat generasi muda?”.


1.4 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang ada, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui persuasi postingan pemilihan Cide Kode Benteng dalam menarik minat generasi muda.

1.5 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat bagi masyarakat sebagai pembaca, penulis, dan lembaga yang bersangkutan. Secara lebih rinci, manfaat penelitian ini diklasifikasikan ke dalam dua bentuk yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis dalam kajian persuasi postingan pemilihan Cide Kode Benteng dalam menarik minat generasi muda untuk mengikuti pemilihan.

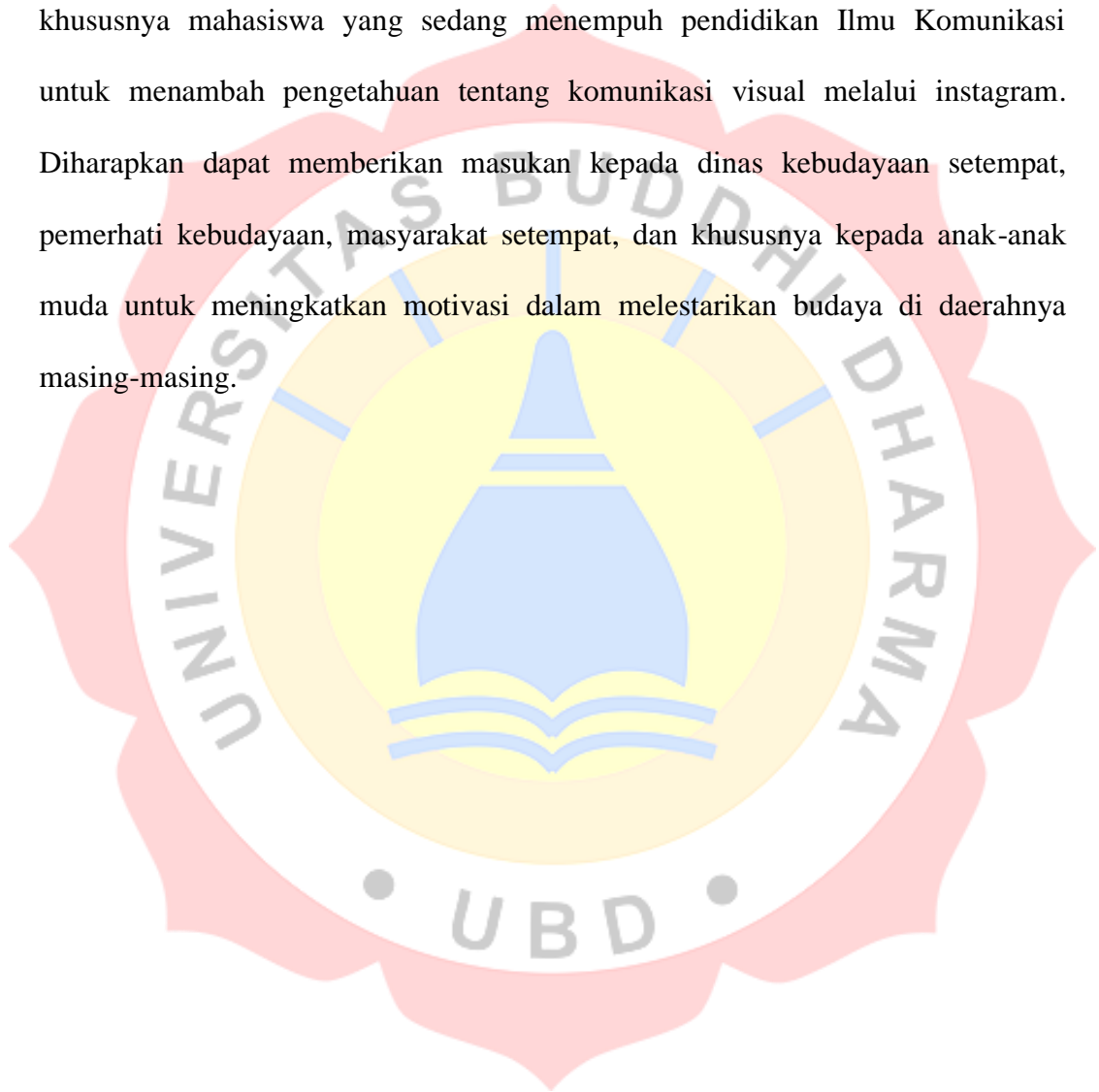
1.5.1 Aspek Teoritis

Bagi organisasi baik profit maupun non-profit, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam menyusun strategi suatu komunitas dalam menarik minat generasi muda untuk mengikuti pemilihan duta. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan keilmuan dalam bidang

promosi iklan untuk menarik minat komunikasi. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi panduan bagi pembaca khususnya mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan Ilmu Komunikasi untuk menambah pengetahuan tentang komunikasi visual melalui instagram. Diharapkan dapat memberikan masukan kepada dinas kebudayaan setempat, pemerhati kebudayaan, masyarakat setempat, dan khususnya kepada anak-anak muda untuk meningkatkan motivasi dalam melestarikan budaya di daerahnya masing-masing.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORISTIS

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti membaca penelitian lain yang sudah ada terlebih dahulu sebagai referensi untuk membantu, membandingkan, dan melihat perbedaan peneliti dengan hasil karya dari penelitian karya ilmiah lain terlebih dahulu dalam melakukan penelitian. Kajian penelitian terdahulu juga dilakukan guna wawasan yang lebih meluas dan lebih baik lagi. Dalam penelitian terdahulu yang berkaitan dengan komunikasi visual yang dilakukan melalui media sosial, cara penyampaian pesan yang bersifat persuasif, respon komunikasi, dan penelitian sejenisnya yang berhubungan dengan identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. (Meifilina, 2021)

Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Andini Meifilina dari Universitas Islam Blitar pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Komunikasi pada Komunitas Perempuan ‘Selaksabaya’ Kabupaten Blitar dalam Memperkenalkan Kebaya di Aplikasi Tiktok”. Penelitian ini membahas masalah mengenai bagaimana strategi komunikasi selaksabaya dalam memperkenalkan kebaya menggunakan aplikasi Tiktok dan faktor apa saja yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi Selaksabaya dalam memperkenalkan kebaya menggunakan aplikasi Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Selaksabaya untuk memperkenalkan budaya kebaya di aplikasi

TikTok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memetakan sejumlah informannya dengan menggunakan kriteria tersendiri dan teknik pengumpulan data menggunakan beberapa cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mendeskripsikan faktor yang menunjang strategi komunikasi di komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam memperkenalkan kebaya melalui aplikasi TikTok yaitu penggunaan media sosial tidak menggunakan biaya baik dalam penggunaan aplikasi Facebook, TikTok, dan Instagram. Memudahkan komunitas perempuan Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mengembangkan bentuk-bentuk promosinya. Sedangkan faktor yang menjadi penghambat dalam strategi komunikasi di komunitas Selaksabaya Kabupaten Blitar dalam mengenalkan kebaya menggunakan aplikasi TikTok yaitu fasilitas admin media sosial yang kurang dari Selaksabaya Kabupaten Blitar, dikarenakan masih menggunakan *handphone* atau gadget pribadi milik admin media sosial sehingga menyebabkan kurang maksimal dalam pengelolaan media sosial Selaksabaya Kabupaten Blitar yang diakibatkan penuhnya memori dari *handphone* atau gadget pribadi milik admin media sosial Selaksabaya Kabupaten Blitar.

2. (Megalita, 2020)

Penelitian skripsi ini dilakukan oleh Yeti Megalita pada tahun 2020 dari program studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma dengan judul “Komunikasi Budaya dalam Pemaknaan Pernikahan Adat Etnis Tionghoa

(Chio Thau) di Tangerang”. Penelitian ini membahas masalah mengenai bagaimana analisis Ronald Barthes dalam pemaknaan pernikahan adat etnis Tionghoa (Chio Thau) di Tangerang. Pada dasarnya tujuan penelitian ini dapat mengetahui makna di dalam rangkaian ritual pernikahan dan peralatan di dalam tradisi pernikahan Chio Thau masyarakat Cina Benteng. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif berupa data-data. Hasil dari penelitian ini adalah *chio thau* memiliki makna konotatif dan denotatif. Makna denotatif dari *sembahyang samkay* adalah *sam kay*, kehidupan sosial dan berdoa kepada tuhan sedangkan makna konotatifnya meliputi *samkay*, *chio thau* dan menghormat kepada tuhan dan kepada tiga penjuru alam.

3. (Wakas & Sampel, 2021)

Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Jeremia Engelita Wakas dan Glori Sampel pada tahun 2021 dari Institut Agama Kristen Negeri Manado dengan judul “Komunikasi Persuasif Pendeta Dalam Menyampaikan Firman Tuhan Di Media Sosial Instagram”. Penelitian ini membahas masalah mengenai bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan akun instagram *@philipmantofa* sebagai pendeta dalam menyampaikan Firman Tuhan. Dengan tujuan memahami komunikasi persuasif yang dilakukan akun instagram *@philipmantofa* sebagai pendeta dalam menyampaikan Firman Tuhan. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan penggunaan teknik analisis yang mendalam. Hasil dari penelitian ini adalah Firman Tuhan yang disampaikan akun instagram *@philipmantofa* sebagai

pendeta melalui instagram telah menerapkan komunikasi persuasif. Fokus dan kelebihannya Firman Tuhan disampaikan dengan latar belakang pendidikan dan profesi serta pengetahuan yang mumpuni dapat meningkatkan daya ajak pesan.

4. (Mustafa, 2022)

Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Adnan Mustafa jurusan dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta dengan Judul "Strategi Komunikasi Komunitas Lingkar Trotoar Melalui Media Sosial dalam Menarik Kepedulian Sosial Masyarakat Kabupaten Ngawi" pada tahun 2022. Penelitian ini membahas masalah mengenai bagaimana strategi komunikasi komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial untuk menarik kepedulian masyarakat Kabupaten Ngawi. Tujuan penelitian ini yang hendak dicapai yaitu untuk menggambarkan strategi komunikasi melalui media sosial oleh komunitas Lingkar Trotoar dengan tujuan menarik kepedulian sosial masyarakat Kabupaten Ngawi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini memfokuskan pada wawancara mendalam serta didukung dengan observasi yang dilakukan penulis berdasarkan keadaan lapangan Komunitas Lingkar Trotoar dalam merencanakan strategi komunikasi dalam media sosial. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Lingkar Trotoar melalui media sosial untuk menarik kepedulian masyarakat, yaitu menggunakan teori strategi komunikasi menurut Onong Uchyana Effendi yakni 4 langkah pemikiran yang digunakan dalam penyusunan strategi komunikasi meliputi mengenali sasaran komunikasi,

pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peran komunikator dalam komunikasi.

5. (Permassanty & Muntiani, 2018)

Penelitian jurnal yang dilakukan oleh Tanty Dewi Permassanty dan Muntiani dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Surya Grand Serpong Mall pada tahun 2018 dengan judul “Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial”. Penelitian ini membahas masalah mengenai penyusunan strategi komunikasi AboutTNG dalam mempromosikan Tangerang. Dengan tujuan mendeskripsikan strategi pesan yang akan digunakan komunitas virtual AboutTNG dalam mempromosikan Tangerang melalui jejaring sosial Instagram dan untuk mendeskripsikan strategi media yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, untuk menelaah sebanyak mungkin data tentang subjek dan objek yang diteliti. Tipe metode studi kasus yang digunakan adalah tipe studi kasus tunggal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi komunitas AboutTNG dalam mempromosikan Tangerang melalui jejaring sosial instagram meliputi informasi yang disampaikan oleh akun instagram @abouttng sangat beragam. Pada strategi kreatif pesan, akun @abouttng mengembangkan pesan menjadi sangat menarik. Pemilihan media sosial yang tepat sasaran dan efek pesan yang disampaikan @abouttng terhadap *followers* merupakan efek dari proses komunikasi yang cukup berhasil.

Berdasarkan hasil kajian penelitian terdahulu, dalam penelitian posting pemilihan Cide Kode Benteng 2023, tentu menjadi pertimbangan penulis dalam

melakukan penelitian ini, sehingga penulis menganalisis kajian-kajian yang mengarah terhadap penelitian ini. Dari hasil analisis penulis terhadap kelima penelitian terdahulu yang dipilih membahas mengenai komunikasi yang bersifat persuasi. Persuasi merupakan suatu cara yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku. Penelitian-penelitian terdahulu, yang telah dijadikan acuan penulis mengimplementasikan fungsi persuasi komunikasi yang dilakukan oleh komunikator terhadap komunikan. Implementasi ini juga dilakukan melalui media sosial, sebagai media yang saat ini banyak digunakan oleh generasi muda. Teori yang dipakai dapat membantu penulis dalam melakukan penelitian. Penelitian “Komunikasi Persuasif Pendeta Dalam Menyampaikan Firman Tuhan Di Media Sosial Instagram” membantu penulis dalam menganalisa penerapan komunikasi persuasif dalam sosial media instagram. Media yang digunakan dalam penelitian tersebut juga sama seperti media yang digunakan oleh komunitas Cide Kode Benteng yang diteliti oleh penulis.

Dari penelitian yang telah ada, penulis menganalisis ada beberapa fokus-fokus yang tidak selaras dengan identifikasi masalah penelitian ini. Komunikasi visual, dari penelitian terdahulu tidak menjadi fokus pendamping. Sedangkan instagram merupakan media sosial yang banyak fokus postingan gambar, dan postingan ini sebagai bentuk dari komunikasi visual.

Penelitian dengan judul “Persuasi Posting Pemilihan Cide Kode Benteng 2023 dalam Menarik Minat Generasi Muda” ini membahas aspek respon atau *feedback* dari komunikan terhadap makna pesan yang disampaikan melalui media. Respon

yang diberikan komunikan dapat membantu peneliti melakukan validasi sejauh mana fungsi persuasi dalam komunikasi yang dilakukan komunitas Cide Kode Benteng.

2.2 Landasan Teoritis

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses pertukaran ide, pikiran, ataupun informasi secara lisan maupun tertulis atau dalam bentuk lambang atau simbol dari pengirim kepada penerima dengan maksud untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku (Liliweri, 2011). Secara terminologi komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks kehidupan. Kegiatan komunikasi tidak hanya informatif dengan arti pesan yang disampaikan dipahami, tetapi juga persuasif yang membuat pesan itu diterima, dipahami dan diyakini sehingga menimbulkan keinginan untuk melakukan suatu perbuatan berdasarkan pesan yang diterima.

Dalam penelitian ini penulis mengkaji komunikasi yang dilakukan komunitas Cide Kode Benteng dalam mempromosikan pemilihan Cide Kode Benteng 2023, yang tujuannya menarik minat generasi muda untuk mengikutinya. Konteks komunikasi yang dilakukan penelitian ini meliputi interaksi komunikasi terhadap khalayak.

Menurut (Mulyana D. , 2017) dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, terdapat konteks komunikasi, diantaranya komunikasi intrapribadi

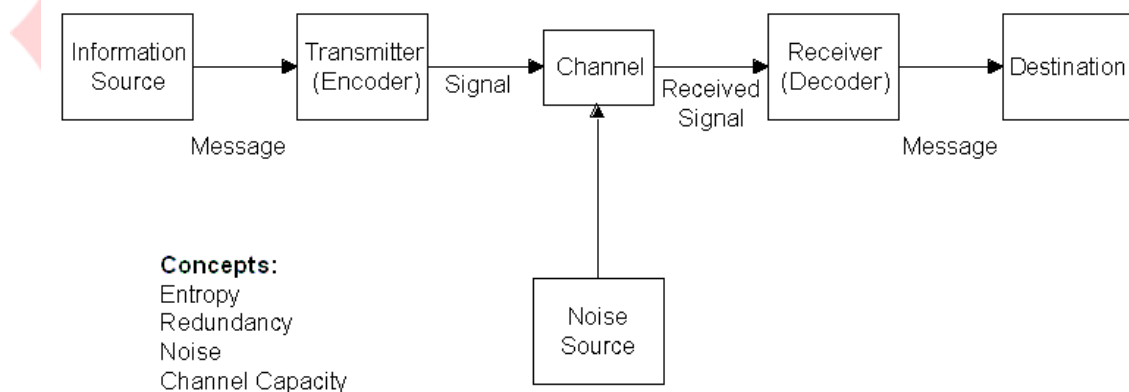
(*intrapersonal communication*), komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi publik (*public communication*), komunikasi organisasi (*organisasi communication*), komunikasi massa (*mass communication*).

Keberhasilan komunikasi tidak terlepas dari faktor penting komunikator, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Dalam menghadapi masalah komunikator harus mampu bersifat empati sebagai pendeskripsian dirinya kepada orang lain dengan cara perkataan yang disampaikan harus bisa dirasakan orang lain sehingga memiliki daya tarik untuk mengubah sikap serta perilaku komunikan, dan kemudian akan ada persamaan serta kepercayaan antara komunikan dengan komunikator. Komunikator menyampaikan pesan kepada khalayak melalui media, kemudian khalayak/komunikan akan menangkap pesan yang diberikan dan memahami serta memberikan respon terhadap isi pesan. Respon yang diberikan, dipengaruhi oleh cara komunikasi itu dilakukan.

Model komunikasi Shannon dan Weaver menjelaskan bahwa proses komunikasi dimulai dengan adanya suatu sumber informasi. Model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. Sumber informasi tersebut kemudian membentuk serangkaian pesan untuk dikomunikasikan melalui alat atau saluran penyampaian pesan tertentu (Mulyana D. , 2017). Pesan yang disampaikan tersebut berbentuk sinyal atau tanda (verbal lisan, tertulis dan gambar). Sinyal tersebut diterima melalui alat penerima tertentu dan menjadi

pesan yang diterima oleh pihak sasaran penerima. Penyampaian pesan ini juga tidak terlepas dari adanya gangguan atau *noise* yang timbul dari suatu sumber gangguan (gaduh dan bising). Model komunikasi ini merupakan model komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini, yang memproses suatu pesan melalui media visual dari komunikator kepada khalayak, yang kemudian setelah diterima khalayak memberikan bentuk respon. Respon yang diberikan khalayak mulai dari rasa ingin tahu, yang kemudian menumbuhkan minat komunikasi. Respon juga diberikan dalam bentuk komentar pesan, pertanyaan melalui *direct message* instagram. Model komunikasi Shannon Weaver digambarkan seperti dibawah ini:

The Shannon-Weaver Mathematical Model, 1949



Gambar 2.1 Model Komunikasi Shannon Weaver

2.2.2 Prinsip dan Fungsi Komunikasi

Prinsip komunikasi menurut Mulyana terdiri dari beberapa, yaitu komunikasi sebagai proses simbolik, setiap pelaku mempunyai potensi komunikasi, komunikasi memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan, komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesenjangan, komunikasi terjadi dalam

konteks ruang dan waktu, komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi, komunikasi bersifat sistematis, semakin mirip latar belakang sosial-budaya semakin efektiflah komunikasi, komunikasi bersifat nonsekuensial, komunikasi bersifat prosedural, dinamis dan transaksional, komunikasi bersifat *irreversible*, serta komunikasi bukan panacea, obat mujarab, untuk menyelesaikan berbagai masalah. (Mulyana D. , 2017)

Fungsi komunikasi dikategorikan menjadi empat yaitu sebagai komunikasi sosial, sebagai komunikasi ekspresif, sebagai komunikasi ritual, dan sebagai komunikasi instrumental yang dikemukakan oleh Willian I. Gordon. (Mulyana D. , 2005)

Penelitian ini menganalisa fungsi komunikasi instrumental. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi instrumental ditunjukkan untuk mengajar, mendorong, menginformasikan, mengubah sikap dan keyakinan, serta mengubah perilaku dan menghibur. Fungsi instrumental ini sebagai bentuk penyebaran informasi, persuasi, kekuasaan dan solidaritas, serta pembuatan keputusan. Fungsi instrumental ini mengimplementasikan persuasi dari postingan pemilihan Cide Kode Benteng 2023.

Komunikasi persuasif adalah suatu teknik yang dapat mempengaruhi pikiran manusia dengan cara memanfaatkan data dan fakta psikologis pada komunikan yang ingin dipengaruhi (Devito, 2010). Persuasif sebagai suatu proses yang bertujuan mengubah opini, perilaku, dan sikap. Sebagai suatu proses, persuasif akan berhasil dengan beberapa faktor yang mempengaruhi berkaitan pada komponen komunikasi yang berkaitan secara menyeluruh mulai dari

komunikator, saluran, hingga komunikan. Teori komunikasi persuasif dalam penelitian ini adalah teori fungsional. Dalam pembahasan mengenai komunikasi persuasif, teori fungsional adalah sebuah teori yang mempelajari tentang perubahan sikap seseorang yang dilandasi kebutuhannya. Upaya menarik minat, dari postingan instagram bisa saja diterima ataupun tidak diterima oleh komunikan, erat kaitannya dengan kebutuhan komunikan. Komunikan bisa merubah sikapnya untuk minat terhadap postingan pemilihan Cide Kode Benteng 2023, karena ada kebutuhan yang diperlukan. Seperti, kompetisi untuk menjadi duta budaya Tangerang, yang tentunya akan menaikkan ketenaran komunikan, untuk turut serta dalam melestarikan kebudayaan Cina Benteng, untuk meraih hadiah dari pemilihan tersebut, dan lain sebagainya.

2.2.3 Teori Media Komunikasi

Dilihat dari fungsinya, penelitian yang mengarah kepada aspek persuasi komunikasi visual. Instagram sebagai media sosial yang hadir dikalangan generasi muda sebagai representasi media massa. Teori *uses and effects* pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl (1979) yang merupakan sintesis *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai efek. Konsep 'use' (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini (Daryanto & Rahardjo, 2016). Penggunaan media massa ditentukan oleh salah satu dari faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Hasil ditentukan sebagian oleh isi media (melalui perantaraannya) dan sebagian lainnya oleh penggunaan media itu sendiri. Ada dua proses yang bergerak secara bersamaan, kemudian menyebabkan terjadinya suatu hasil yang disebut 'consequence'

(gabungan antara kesekuensi dan efek). Postinging instagram ini akan memberikan dampak bersamaan dengan pengguna media yang akan menentukan daya tarik komunikasi untuk mengikuti pemilihan Cide Kode Benteng 2023.

Hasil dari proses komunikasi massa dan kaitannya dengan penggunaan media akan membawa pada bagian penting berikutnya dari teori ini. Hubungan antara penggunaan dan hasilnya, dengan memperhitungkan pula isi media, memiliki beberapa bentuk yang berbeda, yaitu (Daryanto & Rahardjo, 2016):

1. Pada kebanyakan teori efek tradisional, karakteristik isi media menentukan sebagian besar dari hasil.
2. Dalam berbagai proses, hasil lebih merupakan akibat penggunaan daripada karakteristik isi media. Penggunaan media dapat mengecualikan, mencegah, atau mengurangi aktivitas lainnya, disamping dapat pula memiliki koskuensi psikologis seperti ketergantungan pada media tertentu.
3. Kita dapat juga bernaggapan bahwa hasil ditentukan sebagian oleh isi media (melalui perantaraannya) dan sebagian lainnya oleh penggunaan media itu sendiri. Ada dua proses yang bergerak secara bersamaan, kemudian menyebabkan terjadinya suatu hasil yang disebut '*conseffects*' (gabungan antara kesekuensi dan efek).

2.2.4 Teori Komunikasi Visual

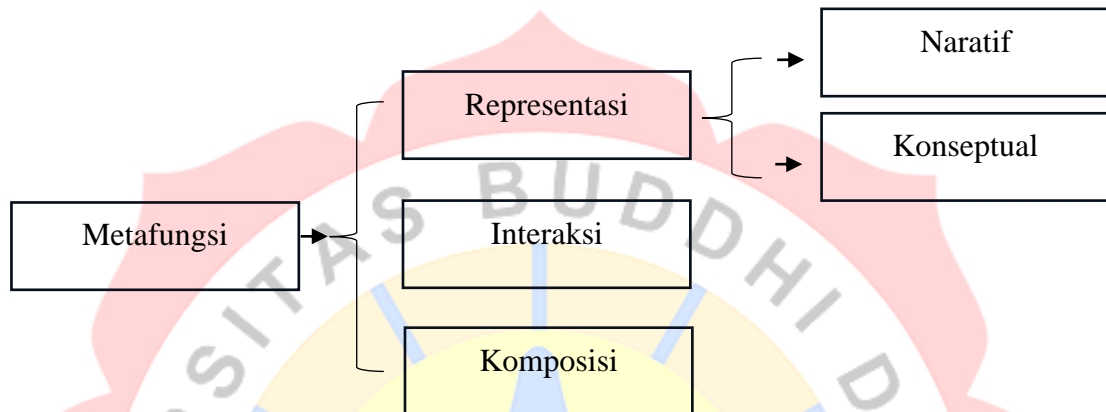
Komunikasi visual merupakan penyampaian ide dan informasi melalui alat bantu visual yang dapat dibaca atau dilihat. Proses pemahaman dalam komunikasi visual bersumber dari objek visual yang ada kemudian ditangkap kesan visual

melalui proses mental dan menghasilkan interpretasi makna sampai kemudian pesan itu diterima dan dipahami. Elemen visual yang digunakan dalam proses pertukaran pesan meliputi lambang, huruf, warna, foto, gambar, dan grafis. Komunikasi visual merupakan proses interaksi antarpeserta komunikasi yang mengekspresikan ide dengan menggunakan elemen (unsur/perangkat) visual. Dalam komunikasi visual, umpan balik atau *feedback* berupa pemahaman makna dari penerima pesan sesuai yang dimaksud oleh pengirim pesan.

Dalam proses pertukaran pesan, elemen visual yang digunakan berupa lambang, huruf, warna, foto, gambar dan grafis. Ketercapaian komunikasi visual ditentukan dari pemahaman penyusunan pesan yang efektif dengan memperhatikan unsur kejelasan, kelengkapan dan kesesuaian pesan. Selain itu juga, dengan menganalisis kondisi fisik dan psikis komunikan yang menjadi sasaran, memilih jenis media komunikasi visual yang relevan, serta mampu mengejawantahkan pesan melalui simbol-simbol yang relevan seperti huruf, warna, foto, gambar, grafis dan unsur visual lain.

Komunikasi visual memiliki fungsi representasi, komposisi, dan interaksi. Fungsi representasi merupakan fungsi yang mengkomunikasikan informasi tentang realitas fisik yang ingin disampaikan pembuat gambar. Fungsi komposisi sebagai bentuk kerangka desain komunikasi yang dibuat dan peletakan partisipan telah diatur dalam gambar, berikut jarak, besar kecilnya suatu partisipan, ketegasan gambar, dan sejenisnya yang mengorganisir seluruh elemen gambar sehingga membuat satu kesatuan. Fungsi interaksi merupakan bentuk interaksi antara partisipan dalam gambar dan pembuat gambar dengan pembaca. Dari

ketiga fungsi ini yang menjadi fokus penulis adalah fungsi interaksi. (Eriyanto, 2019) menjelaskan bahwa semiotika sosial mempertanyakan pilihan pembuat gambar, kemudian mempertanyakan efek pembentukan maknanya. Berikut adalah ilustrasi dari sistem metafungsi dalam bahasa gambar:



Gambar 2.2 Metafungsi dalam Bahasa Gambar

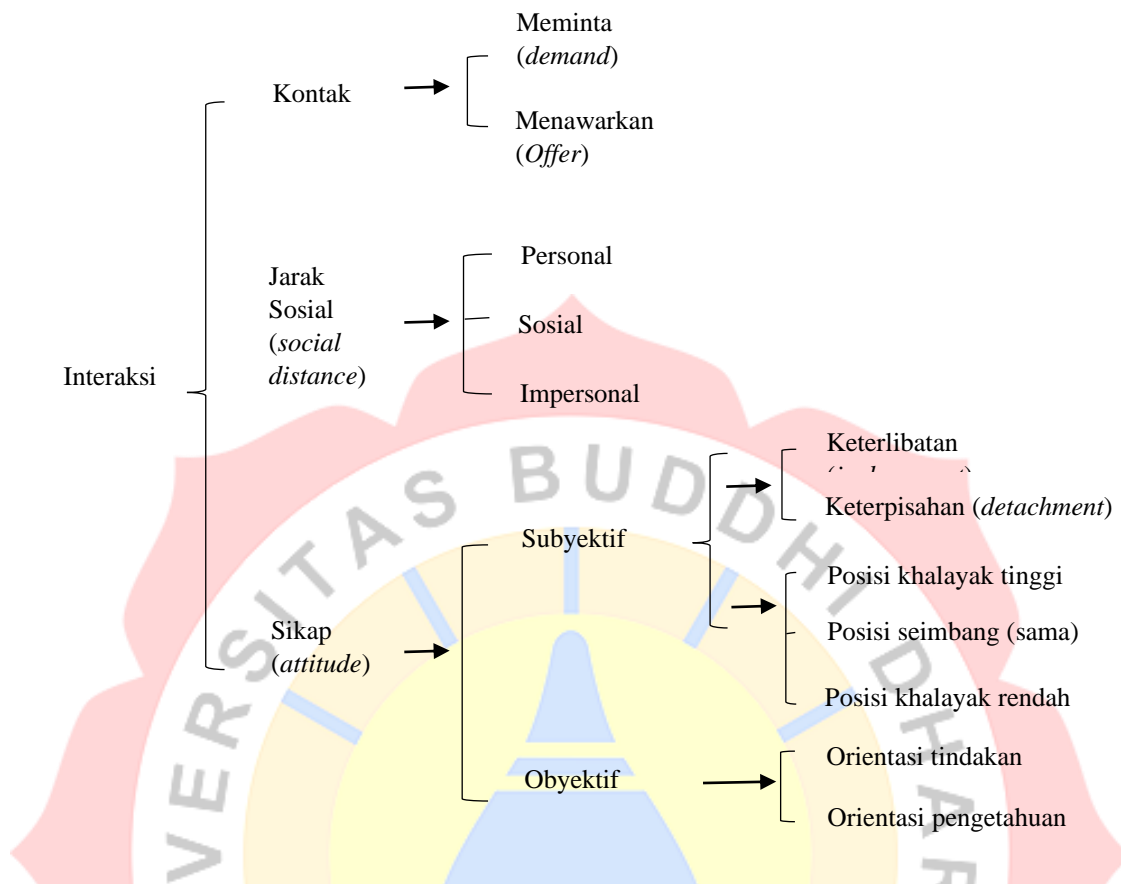
Metafungsi diatas merupakan hasil adaptasi dari metafungsi yang dibuat oleh Haliday. (Eriyanto, 2019) mengatakan ahli yang mengadaptasi metafungsi berikut diantaranya adalah O’Toole (1994), Lemke (1998) dan Krees & van Leeuwen (2006). Dalam metafungsi gambar meskipun ada perbedaan istilah, tetapi makna dan fungsi didalamnya mengacu metafungsi yang digunakan Haliday (1994).

Fungsi interpersonal dalam bahasa gambar dikenal dengan interaksi. Interaksi sebagai bentuk proses pertukaran dan penyampaian pesan oleh komunikator dan komunikan yang saling mengikat satu sama lain.

Gambar tidak hanya menampilkan gagasan atau ide yang ingin disampaikan kepada khalayak, tetapi juga interaksi dengan khalayak. Gambar menunjukkan interaksi antara pengguna bahasa dengan khalayak yang melihat

gambar. Dalam bahasa gambar (visual) terdapat dua partisipan (Kress & van Leeuwen, 2006). Pertama, *represented participants*. Partisipan yang ditampilkan dalam gambar. Partisipan ini tidak harus orang bisa berupa benda atau barang. Kedua, *active participants*. Partisipan yang aktif membuat gambar atau sebagai konsumen dari gambar. Partisipan aktif ini bisa berupa produsen atau pembuat gambar dan khalayak (*viewers*) yang melihat gambar. Dari dua jenis partisipan dalam gambar, terdapat 4 bentuk relasi. Relasi antar partisipan yang ditampilkan dalam gambar (*represented participant*), relasi antara pembuat dalam gambar (seperti fotografer/ sutradara) dengan partisipan yang ditampilkan dalam gambar, relasi antara pembuat gambar dengan khalayak, relasi antara khalayak (*viewer*) dengan partisipan yang ditampilkan dalam gambar.

Postingan instagram pemilihan Cide Kode Benteng 2023, sebagai penafsiran budaya Cina Benteng. Dengan arti, Cide Kode Benteng merupakan representasi kebudayaan Cina Benteng itu sendiri, yang kemudian digambarkan dalam postingan instagram dan memberikan persepsi pengguna media. Komunikasi menangkap postingan instagram, kemudian memahami dan menerima sebagian atau seluruhnya komunikasi visual. Kress dan van Leeuwen menggambarkan kerangka interaksi gambar terhadap khalayak seperti gambar dibawah ini.

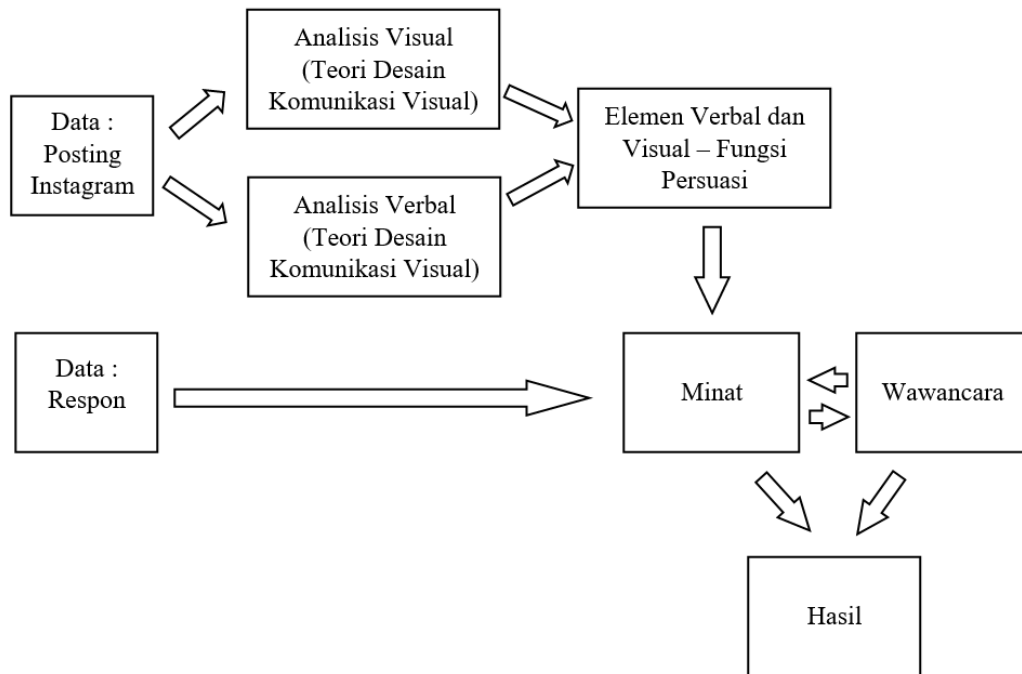


Gambar 2.3 Kerangka Interaksi dalam Gambar Kress & van Leeuwen (2016:149)

Posting melalui instagram, sebagai interaksi yang terdiri dari tiga aspek. Pertama, kontak yang berkaitan dengan bagaimana interaksi antara pembuat gambar dengan khalayak. Kedua, jarak sosial berkaitan dengan jarak sosial antara partisipan yang ada dalam gambar dengan khalayak dan pembuat gambar, baik memiliki hubungan dekat, sedang, atau jauh. Ketiga, sikap (*attitude*) tentang bagaimana pembuat gambar menempatkan partisipan yang ada dalam gambar. Partisipan dalam gambar apakah dilihat sebagai bagian dari kelompok atau kelompok berbeda juga mempunyai posisi yang sama atau lebih rendah. Tiga

aspek interaksi tersebut akan menentukan sejauh mana hubungan komunikasi dapat berlangsung yang dilakukan melalui media komunikasi visual.

2.2 Kerangka Teori



Gambar 2.4 Kerangka Teori

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena dianggap relevan dengan subjek penelitian yang dibahas. Menurut Masyhud dalam buku metode penelitian pendidikan, penelitian kualitatif merupakan bentuk penelitian dengan lebih menekankan terhadap aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dibandingkan dengan melihat suatu permasalahan untuk penelitian generalisasi (Masyud, 2016, hal. 27). Metode penelitian ini lebih fokus menggunakan teknik analisis mendalam (*in-depth analysis*) atau analisis konten (*content analysis*), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metodologi kualitatif yakin bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat masalah lainnya. Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Penulis juga melakukan wawancara guna memastikan respon dari komunikasi visual yang dilakukan melalui media instagram.

Penelitian deskriptif adalah cara seseorang dalam meneliti yang membahas penyelidikan keadaan, kondisi atau hal-hal lain (keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan), yang hasilnya dimuat dalam bentuk laporan penelitian. Dalam laporan hasil penelitian ini penulis hanya memaparkan apa saja yang

terjadi pada objek atau wilayah yang diteliti, kemudian membentuk laporan penelitian secara lugas dan apa adanya. (Arikunto, 2010)

3.2 Subjek/Objek Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data berupa orang, benda gerak, atau hal tempat penelitian variabel melekat. Subjek penelitian adalah tempat dimana data itu diperoleh (Arikunto, 2010, hal. 172). Subjek sasaran dari penelitian ini adalah media sosial instagram @cidekodebenteng yang dikelola oleh komunitas Cide Kode Benteng.

3.2.2 Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah seperangkat komponen yang dapat berupa seseorang, badan atau produk yang diteliti. Dalam penelitian kali ini, yang akan menjadi objek adalah postingan instagram pemilihan Cide Kode Benteng 2023 dalam instagram @cidekodebenteng dan para pemenang pemilihan Cide Kode Benteng 2023.

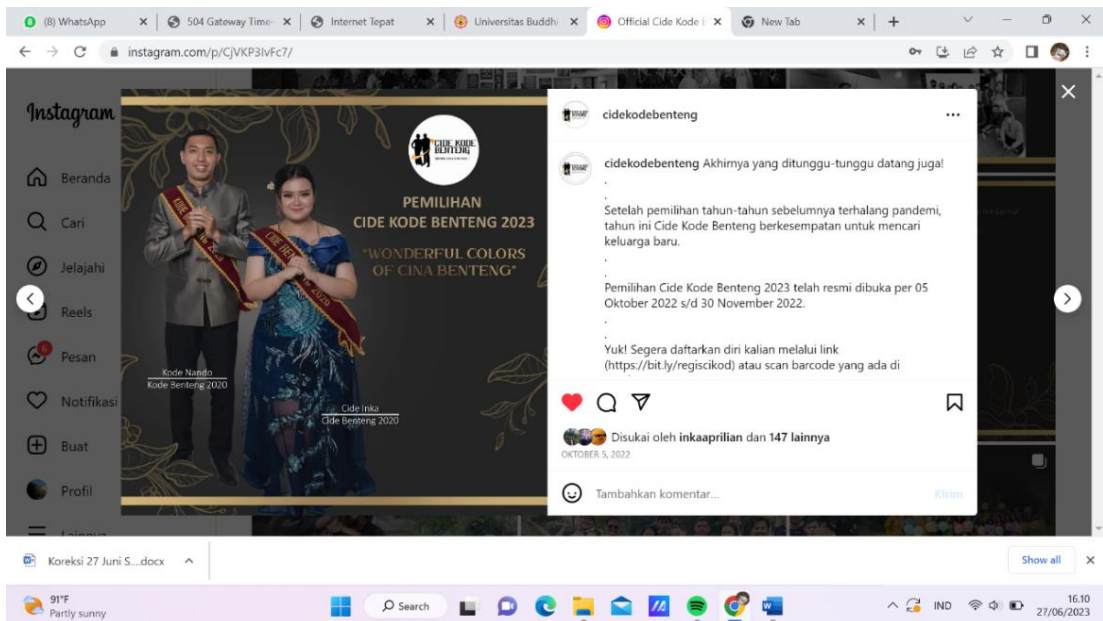
3.3 Teknik Pengumpulan dan Reduksi Data

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian, menurut Suharsimi Arikunto adalah subjek dimana data diperoleh. Dalam penelitian, sumber data dikelompokkan menjadi dua, meliputi sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan pernyataan dan tindakan yang berasal dari orang-orang yang diamati atau diwawancarai yang dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman dan pengambilan foto. Selebihnya adalah sumber

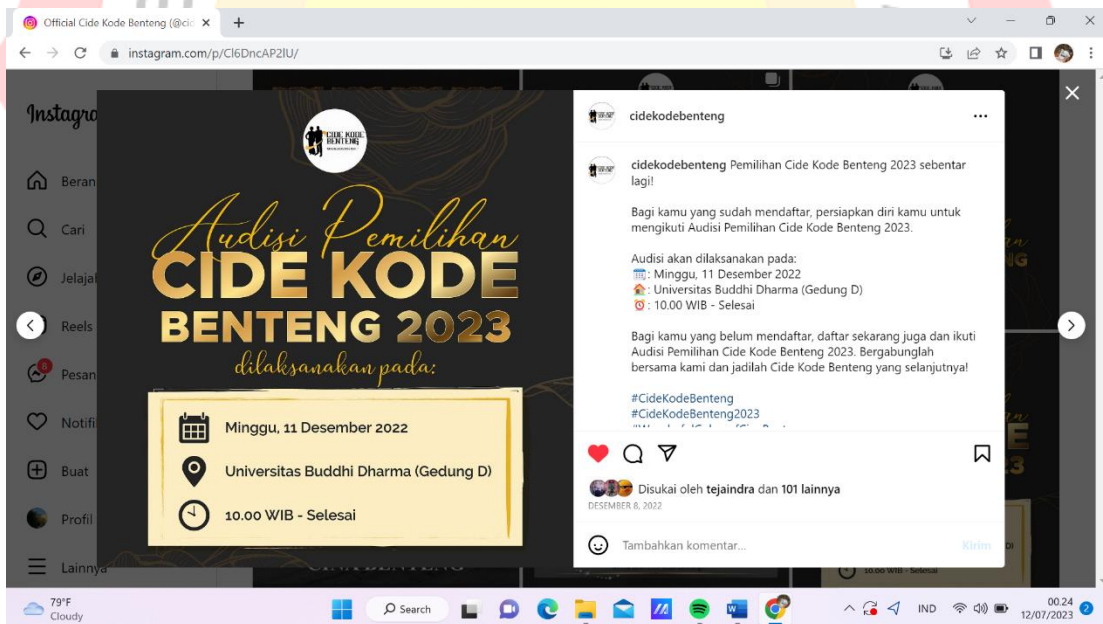
data sekunder seperti tulisan/dokumen, foto dan statistik (Arikunto, 2010, hal. 172).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, sumber data primer yang diperoleh oleh peneliti dari sumbernya secara langsung, diamati dan dicatat secara langsung, seperti, wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pihak yang terkait, yaitu anggota komunitas. Pengumpulan data primer bersumber dari instagram @cidekodebenteng dengan memilih 5 posting yang terbitnya di awal, di tengah, di akhir, dan di antaranya (awal dan tengah; tengah dan akhir). Sedangkan sumber data dengan wawancara, dilakukan dengan wawancara kepada 5 pemenang pemilihan Cide Kode Benteng 2023, baik itu peserta laki-laki maupun perempuan.

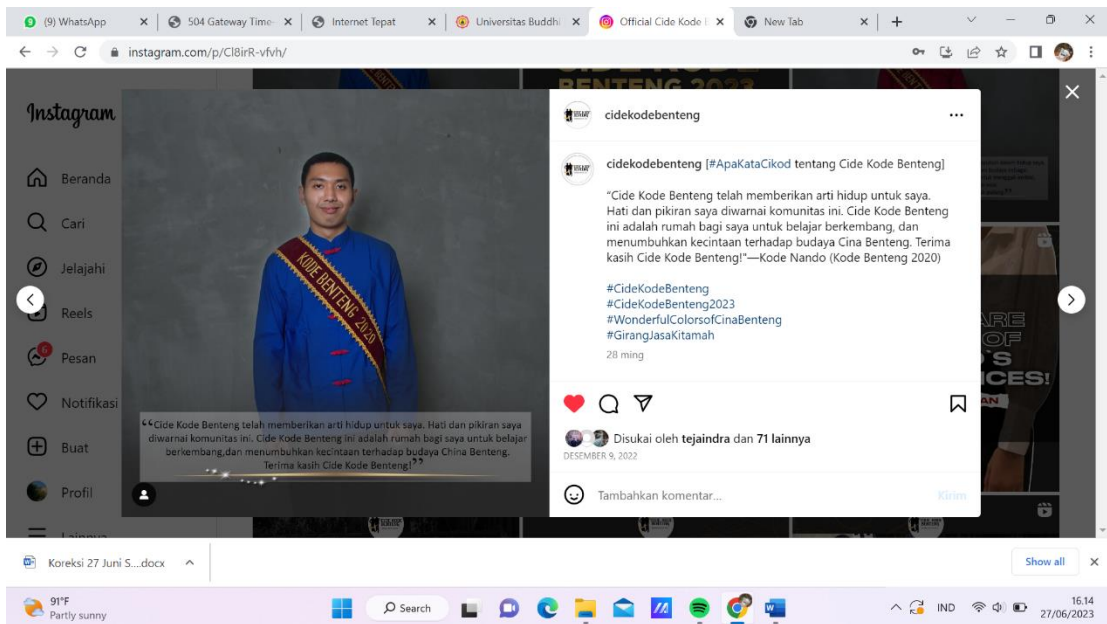
Sebagai rangkaian proses pengumpulan data reduksi kesimpulan data pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Reduksi data sebagai tindakan penyaringan data bilamana ada yang tidak diperlukan atau dikurangi dalam penelitian, kemudian relevansi data disusun secara sistematis. Sumber data yang dipilih penulis, dan sumber data wawancara yang dilakukan penulis dipilah terlebih dahulu untuk penyederhanaan. Berikut terdapat beberapa postingan instagram komunitas Cide Kode Benteng:



Gambar 3.1 Postingan Instagram @cidekodebenteng



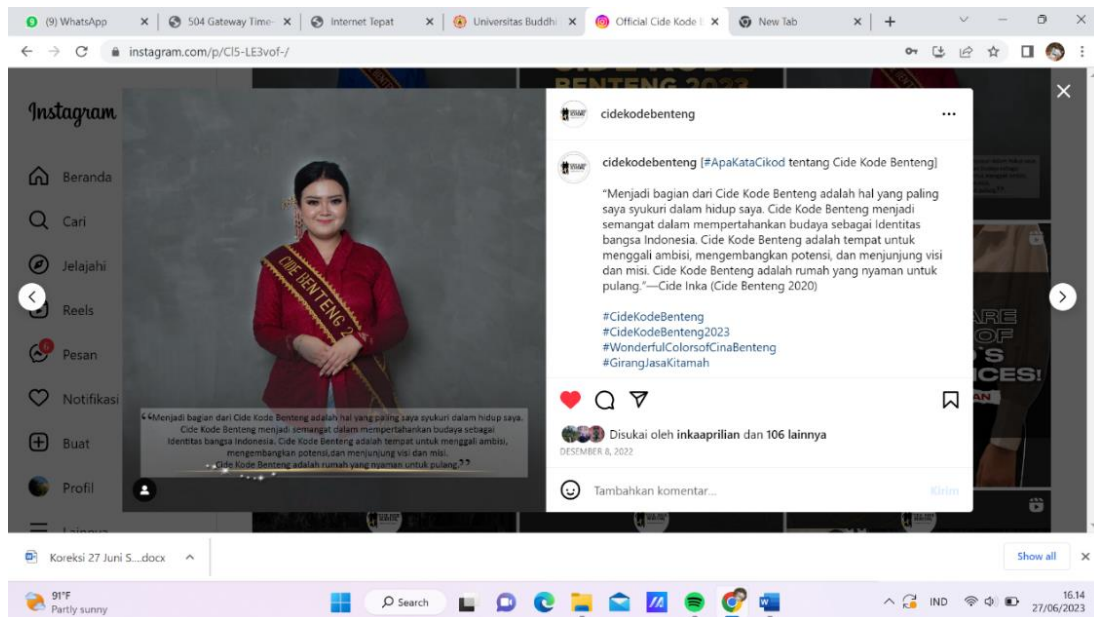
Gambar 3.2 Posting Instagram @cidekodebenteng



Gambar 3.3 Posting Instagram @cidekodebenteng



Gambar 3.4 Posting Instagram @cidekodebenteng



Gambar 3.5 Posting Instagram @cidekodebenteng

3.4 Teknik Pengolahan Data

Yang penulis lakukan untuk penelitian skripsi ini adalah menganalisis posting pemilihan Cide Kode Benteng 2023 melalui instagram. Proses pengolahan data dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

1. Kategorisasi Data

Berdasarkan sumber data penelitian ini yang terbagi menjadi dua, yaitu sumber data posting instagram dan wawancara. Setelah dipisahkan menjadi dua sumber, selanjutnya postingan instagram @cidekodebenteng dipilih beberapa yang didalamnya meliputi postingan pendaftaran beserta syarat, kesan pesan Cide Kode Benteng sebagai duta budaya yang masih menjalankan masa bhaktinya, ajakan dari tokoh publik, dan tahap-tahap pemilihan Cide Kode Benteng. Sedangkan, untuk mengkategorisasikan wawancara, penulis menyajikan beberapa pertanyaan dan mengolah

jawaban dari narasumber. Narasumber yang dipilih adalah para pemenang Cide Kode Benteng 2023.

2. Penyajian Data

Setelah penulis melakukan ketegorisasi data, kemudian penulis menarasikan data dengan metode kualitatif ini berdasarkan teori-teori yang sudah dipilih oleh penulis dalam penelitian ini. Teori komunikasi, prinsip dan fungsi komunikasi, teori media komunikasi, dan teori komunikasi visual. Dari kajian teori peneliti menyandingkan dengan data-data primer yang telah dikumpulkan baik posting instagram maupun hasil wawancara.

3. Menarik Kesimpulan

Ketegorisasi data yang sudah disajikan, akan menghasilkan jawaban yang tersusun. Sehingga, penulis dapat menafsirkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini akan memberikan jawaban mengenai elemen komunikasi visual posting pemilihan Cide Kode Benteng 2023 melalui instagram. Sehingga kesimpulan yang akan diberikan mengenai bagaimana fungsi komunikasi postingan instagram yang berdampak untuk merubah sikap komunikasi untuk memiliki perhatian khusus dan merasa tertarik mengikuti pemilihan Cide Kode benteng 2023.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai dalam periode tertentu. Teknik analisis data yang dilakukan peneliti melalui observasi dan wawancara.

1. Observasi yang dilakukan penulis untuk memperoleh tujuan penelitian dibutuhkan pengumpulan data dari observasi langsung di lapangan, pengumpulan data-data yang ada terkait penelitian. Penulis memilih beberapa postingan instagram @cidekodebenteng. Postingan yang dipilih penulis berkaitan secara langsung dengan pemilihan Cide Kode benteng 2023. Postingan instagram disertai dengan *caption* yang menarik dan secara langsung mengajak. Observasi juga dilakukan pada komentar instagram pada posting tersebut.
2. Penulis melakukan wawancara dengan beberapa narasumber. Wawancara Sebagai proses pengumpulan jawaban yang berasal dari pemenang pemilihan Cide Kode Benteng 2023.

Verifikasi yang digunakan dengan berfikir ulang selama penulisan, tinjauan catatan lapangan secara berulang, dan bertukar pikiran dengan orang lain. Dari pernyataan diatas peneliti menganalisis data dan mengecek ulang data dengan hasil catatan lapangan dan observasi, kemudian bertukar pikiran dengan dosen.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam waktu 5 bulan mulai dari pengajuan judul sampai dengan proses penyusunan skripsi selesai yaitu Maret 2023 sampai Juli 2023. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis media sosial instagram @cidekodebenteng dan wawancara dengan pemenang ajang pemilihan Cide Kode Benteng 2023 secara dalam jaringan melalui aplikasi *zoom*.