

**CITY PORTRAIT AKUN INSTAGRAM @infogresik SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI DAN EKSISTENSI DIRI KHALAYAK DI KOTA GRESIK**

**(Perspektif Teori Uses and Gratification)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada**

**Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana**

**Program Studi Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**



**Oleh:**

**Nandika Yunita Sari Sadi**

**NIM. B96213104**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**SURABAYA**

**2018**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nandika Yunita Sari Sadi

NIM : B96213104

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Dsn. Monolelo, Kec. Karangbinangun, Kab. Lamongan, Jawa Timur

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
- 2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
- 3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 18 Januari 2018

Yang Menyatakan,



Nandika Yunita Sari Sadi  
NIM. B96213104

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

CITY PORTRAIT YANG DITAMPIKAN AKUN INSTAGRAM @INFOGRESIK  
SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN EKISTENSI DIRI KHALAYAK DI KOTA GRESIK

Nama : Nandika Yunita Sari Sadi  
NIM : B96213104  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 17 January 2018

Dosen Pembimbing,

Are

Dr. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si  
NIP. 197008252005011004

**HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI**

Skripsi yang disusun oleh Nandika Yumita Sari Sadi ini telah dipertahankan di depan  
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 25 Januari 2018

Mengesahkan  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya



Figure 1.

Dr. Agoes Moh. Moefad, SH., M.Si  
NIP. 197008252005011004

Pengujian II,

**Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si**  
**NIP. 195409071982031003**

Penguji III,

Drs. M. Hamdun Sulhan, M.Si  
NIP. 195403121982031002

Penguji IV,

**Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si**  
NIP. 195801131982032001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax 031-8413100  
E-Mail: perpustakaan@uin-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSITUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang berlandaskan dengan di bawah ini: saya

Nama : ALANDEFA YUNITA SAKI FADI  
NIM : 806213109  
Fakultas/Jurusan : DAWAM / ILMU KOMUNIKASI  
E-mail address : nandiefyunita@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan  
UIN Sunan Ampel Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :  
☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

CITY PORTRAIT YANG DITAMBAHKAN ARAH VISUALISASI  
WINGLORE SEBAGAI MEDIA WIDEMASI DAN EKSTERNAL  
DARI KHALAYAK OBROTA KRESNA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini  
Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,  
mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan  
menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan  
akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai  
penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN  
Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta  
dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 JANUARI 2018

Penulis

(ALANDEFA YUNITA S. S.)  
nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

Nandika Yunita sari Sadi, B96213104, 2018. City Portrait Akun Instagram @infogresik sebagai Media Informasi dan Eksistensi Diri Khalayak di Kota Gresik.

Kata kunci : *City Portrait*, Khalayak, Eksistensi Diri, *Instagram*

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui motif pengguna Instagram, mengetahui pemenuhan kebutuhan pengguna Instagram, dan untuk mengetahui hubungan antara motif dengan pemenuhan kebutuhan dalam penggunaan Instagram. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori komunikasi, komunikasi massa dan perkembangan teknologi komunikasi, Uses and Gratification, Gratification Sought dan Gratification Obtained, Motif penggunaan media, media baru dan sosial networking.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana khalayak kota Gresik memahami dan memaknai melalui *city portrait* dalam akun Instagram @infogresik. Teori yang digunakan adalah Teori *Uses and Gratification* bahwa komunikasi dimana titik-berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media.

Hasil dari penelitian ini adalah interpretasi khalayak dalam memaknai city portrait dalam akun Instagram @infogresik bervariasi. Khalayak yang menganggap city portrait dalam akun Instagram @infogresik sebagai gaya hidup yang biasa dilakukan anak uda, pekerja dan pecinta fotografi.

Dari penelitian ini peneliti merekomendasikan bagi penelitian selanjutnya untuk lebih mendalami dan memfokuskan dalam segi sosiologi komunikasi, psikologi komunikasi dan lain-lainnya.

## DAFTAR ISI

|                                             |             |
|---------------------------------------------|-------------|
| <b>JUDUL PENELITIAN.....</b>                | <b>i</b>    |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....</b>       | <b>ii</b>   |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>          | <b>iii</b>  |
| <b>MOTTO.....</b>                           | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>             | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                  | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                         | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                      | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                    | <b>,xi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR BAGAN.....</b>                    | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>               | <b>1</b>    |
| A.Latar Belakang .....                      | 1           |
| B.Rumusan Masalah .....                     | 12          |
| C.Tujuan Penelitian .....                   | 13          |
| D.Manfaat Hasil Penelitian.....             | 13          |
| E.Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....   | 14          |
| F.Definisi Konsep Penelitian .....          | 15          |
| G.    ..Kerangka Pikir Penelitian.....      | 17          |
| H.Metode Penelitian .....                   | 18          |
| 1.Pendekatan dan Jenis Penelitian .....     | 18          |
| 2.Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian ..... | 19          |
| c.Lokasi Penelitian.....                    | 20          |
| 3.Jenis dan Sumber Data.....                | 21          |
| 4.Tahap-tahap Penelitian.....               | 24          |







Branding suatu kota atau disebut dengan city branding merupakan upaya membangun identitas kota. Identitas berarti membuat sesuatu menjadi identik atau sama; mengakui keberadaan sesuatu yang dilihat, diketahui, digambarkan; menghubungkan atau membuat sesuatu menjadi lebih dekat.<sup>1</sup> Branding suatu kota dapat dengan cara mengangkat potensi dan keunikan yang dimiliki kota tersebut dibanding kota lainnya. Branding bukan hanya sekedar menunjukkan identitas kota secara umum. Tetapi dengan branding diharapkan akan membangkitkan rasa penasaran untuk mengenal lebih lanjut dari wilayah terkait, dapat memberikan kerinduan ketika meninggalkannya dan memberikan rasa bangga pada orang yang menetap didalamnya, akan tetapi lebih ke merubah paradigma, perilaku dan memenuhi harapan masyarakatnya

<sup>1</sup>Alo,Liliweri.*Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: LKI.2007 : 69

Kota Gresik terkenal sebagai kota wali, hal ini ditandai dengan penggalian sejarah yang berkenaan dengan peranan dan keberadaan para wali yang makamnya di Kabupaten Gresik yaitu, Sunan Giri dan Syekh Maulana Malik Ibrahim. Di samping itu, Kota Gresik juga bisa disebut dengan Kota Santri, karena keberadaan pondok-pondok pesantren dan sekolah yang bernuansa Islami, yaitu Madrasah Ibtida'iyah, Tsanawiyah, dan Aliyah hingga Perguruan Tinggi yang cukup banyak di kota ini. Hasil Kerajinan yang bernuansa Islam juga dihasilkan oleh masyarakat Kota Gresik, misalnya kopyah, sarung, mukenah, sorban dan lain-lain.

[illegible]

kegiatannya diarahkan pada sektor pertanian, industri, perdagangan, m  
pendidikan dan industri wisata. Dengan ditetapkannya Gresik sebagai  
salah satu wilayah pengembangan Grebangkertosusila dan juga  
wilayah industri, maka kota gresik menjadi lebih terkenal dan termash  
saja di persada nusantara tetapi juga ke seluruh dunia yang ditandai  
munculnya industri multi modern yang patut dibanggakan bangsa Indo

**Gambar 1.1**

**Capaian Indikator Kinerja RPJMD  
Biro Perencanaan Kabupaten Gresik**



Sumber: gresikkab.go.id

Salah satu teknologi yang berkembang adalah teknologi komunikasi *mobile*, yakni sebuah alat komunikasi yang bergerak. Artinya siapa saja dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun dengan adanya jaringan komunikasi. Perangkat komunikasi yang mendukung diantaranya *smartphone*, *laptop*, tablet, PC dan lainnya. Internet sendiri merupakan wujud perkembangan teknologi komunikasi yang semakin mempermudah masyarakat untuk memperoleh dan bertukar informasi dengan cepat.

<sup>2</sup>Rachel S. Smith dan Laurence F. Johnshon, Social Networking, *The Third Place and The Evolution of Communication*, 2007, 3.

Pertukaran nilai budaya pada akhirnya dapat memengaruhi atau bahkan berimplikasi pada perubahan individu atau kelompok sosial. Siapapun dapat mengunggah sebuah foto atau informasi mengenai apapun dan semua orang di dunia dapat mengaksesnya. Dengan begitu pengguna internet dapat mengamati dan mempelajari budaya yang bermacam-macam.

Kemunculan *social media* membuka ruang interaksi yang lebih luas bagi pengguna internet. *Social media* atau media sosial menjadi salah satu fitur berbasis teknologi internet yang paling banyak dikunjungi di seluruh dunia. Di Indonesia, 67,8% atau sebanyak 132,7 juta penduduknya merupakan pengguna aktif internet.<sup>3</sup>

**Gambar 1.2**



Sumber: apjii.or.id

<sup>3</sup><https://www.apjii.or.id>, diakses Rabu 18 Oktober 2017 pukul 18:00

berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya. Keberadaan internet membantu banyak orang dalam menyelesaikan beragam aktifitas dengan mudah, praktis, dan juga cepat. Dengan internet, manusia telah terhubung bagi umat manusia di seluruh dunia menjadi lebih *simple* dari internet adalah membiarkan *user* orang terhubung, berkomunikasi berkolaborasi satu sama lain.

Kemajuan teknologi informasi berhasil mengubah internet sebuah media yang sangat berguna bagi manusia. Internet juga telah sumber penting untuk informasi sehari-hari, dan kita menjadi bergantung pada internet. Teknologi internet sebagai media memunculkan berbagai macam aplikasi yang dapat membuat komunikasi

media yang sangat berguna bagi manusia. Internet juga penting untuk informasi sehari-hari, dan kita juga menggunakan internet. Teknologi internet sebagai

situs *social media* untuk memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi. Diantaranya *chat room*, *web blogging* (blogspot), situs video (youtube), situs

Kini kota-kota di Indonesia mulai mempromosikan kotanya melalui internet dengan menggunakan media sosial. Akan tetapi juga masih banyak yang menggunakan situs resmi atau yang disebut dengan *website* sebagai bagian dari *virtual activity*. Media sosial bukan hal yang baru, hal ini dapat dilihat dari banyaknya kota yang membuat akun di media social, salah satunya adalah Instagram.

<sup>4</sup>[www.trenologi.co](http://www.trenologi.co), diakses Rabu 18 Oktober 2017 Pukul 19:07 WIB

[illegible]

mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.<sup>6</sup>

Pada tanggal 11 Mei 2016, Instagram memperkenalkan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon aplikasi sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien. Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram, dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

Media sosial Instagram, kini memiliki 45 juta pengguna aktif setiap bulan pada kuartal pertama 2017 di Indonesia, menurut data internal mereka. Jumlah pengguna Instagram melonjak lebih dari dua kali lipat dari 22 juta orang pada awal tahun lalu. Jumlah tersebut membuat Indonesia menjadi salah

<sup>6</sup>"About Us". Instagram. Diakses Rabu 18 Oktober 2017 pukul 20:56 WIB

Instagram Stories kini memiliki 250 juta pengguna aktif setiap hari secara global, sepertiga dari konten yang paling sering dilihat berasal dari sektor bisnis.<sup>7</sup> Dengan jumlah pengguna yang masif, Indonesia menjadi komunitas Instagram terbesar di Asia Pasifik, serta salah satu pasar terbesar di dunia dari total 700 juta pengguna aktif setiap bulan. Padahal, pengguna aktif di awal tahun 2016 hanya 22 juta.<sup>8</sup>

Kekuatan *instagram* begitu hebatnya mengubah kondisi serta begitu ampuh sebagai media penyambung informasi, padahal hanya mengandalkan foto atau gambar untuk menarik perhatian pengguna *instagram* lain yang kemudian akan berlanjut dengan menimbulkan rasa ingin tahu mengenai

<sup>9</sup><http://www.detik.com/jumlah-pengguna-capai-500-juta-instagram-kalahkan-twitter/7823>, diakses Rabu 18 Oktober 2017 Pukul 19:20 WIB

informasi yang tertulis dalam keterangan foto/gambar. Khalayak pun seakan terhipnotis dengan foto-foto yang diunggah, sehingga dengan senang hati mendatangi tempat dimana mereka dapat mengunjungi tempat wisata, event, bahkan kuliner sampai laka lalintas yang fotonya terpampang dalam akun *instagram* @infogresik, untuk merasakan langsung apa yang digambarkan lewat foto tanpa khawatir merasa kecewa jika ternyata tempat wisata, event dan kuliner yang dicoba tidak sesuai bayangan atau harapan.

Peneliti tertarik untuk meneliti akun *instagram*@infogresik dengan asumsi akun yang satu ini memiliki beberapa keunikan yang berhasil menarik perhatian peneliti. Pada akun *instagram*@infogresik berhasil memiliki *followers* sebanyak 115k orang dalam waktu 35 bulan, lebih banyak jika dibandingkan dengan beberapa akun sejenis lainnya yang seumuran.

**Tabel 1.1**

**Daftar Akun Instagram Informasi di Gresik**

| <b>No</b> | <b>Official Instagram</b> | <b>Following</b> | <b>Followers</b> | <b>Post Photo</b> |
|-----------|---------------------------|------------------|------------------|-------------------|
| 1         | @infogresik               | 338              | 115k             | 3507              |
| 2         | @exploregresik            | 82               | 50,3k            | 1027              |
| 3         | @wonggresik               | 4474             | 69,25k           | 2276              |
| 4         | @gresik24jam              | 3100             | 1722             | 218               |
| 5         | @ayodolennanggresik       | 72               | 16,8k            | 286               |
| 6         | @inigresik                | 7500             | 14,8k            | 1696              |
| 7         | @asligresik_              | 409              | 5152             | 173               |
| 8         | @gresikita                | 212              | 5863             | 31                |
| 9         | @gresiktourism            | 187              | 3108             | 337               |
| 10        | @gresik_net               | 86               | 1213             | 6289              |
| 11        | @gresik_trip              | 348              | 5900             | 78                |

Penelitian ini membahas tentang *city portrait* yang ditampilkan akun Instagram @infogresik sebagai media informasi dan eksistensi diri khalayak di Kota Gresik. Fenomena ini menarik untuk diteliti dikarenakan potret sebuah kota yang dikenal sebagai kota santri, kota wali, dan kota industri ternyata memiliki sisi lain yang belum banyak diketahui oleh banyak orang. Apalagi saat ini segala informasi dapat diperoleh dengan sangat mudah.

### B. Rumusan Masalah

[illegible]

- 

dapat berperan sebagai khalayak aktif dalam menelaah pesan media. Selain itu diharapkan bagi khalayak untuk dapat melihat bagaimana norma sosial yang beroperasi di masyarakat mengenai gaya hidup di media saat ini.

#### **E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu**

Sebagai bahan studi referensi peneliti, berikut beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan metode analisis resepsi:

##### **1. Motif dan Kepuasan Penonton Program Ramadhan di Televisi Nasional<sup>10</sup>**

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian peneliti, salah satunya adalah penelitian yang berjudul “Motif dan Kepuasan Penonton Program Ramadhan di Televisi Nasional”. Penelitian yang dibuat oleh Nadia Pratama Kusuma Wardani, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi tahun 2015 ini, untuk bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motif menonton program Ramadhan dengan tingkat kepuasan khalayak dalam menonton program Ramadhan.

Dalam skripsi ini menggunakan Teori *Uses and Gratification* yang melihat bagaimana khalayak menggunakan media massa sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Dilakukan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif.

#### **Persamaan dan Perbedaan**

---

<sup>10</sup>Nadia Pratama Kusuma Wardani. “*Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran islam: Motif dan Kepuasan Penonton Program Ramadhan di Televisi Nasional*”. (Jogjakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015), Skripsi Tidak Diterbitkan



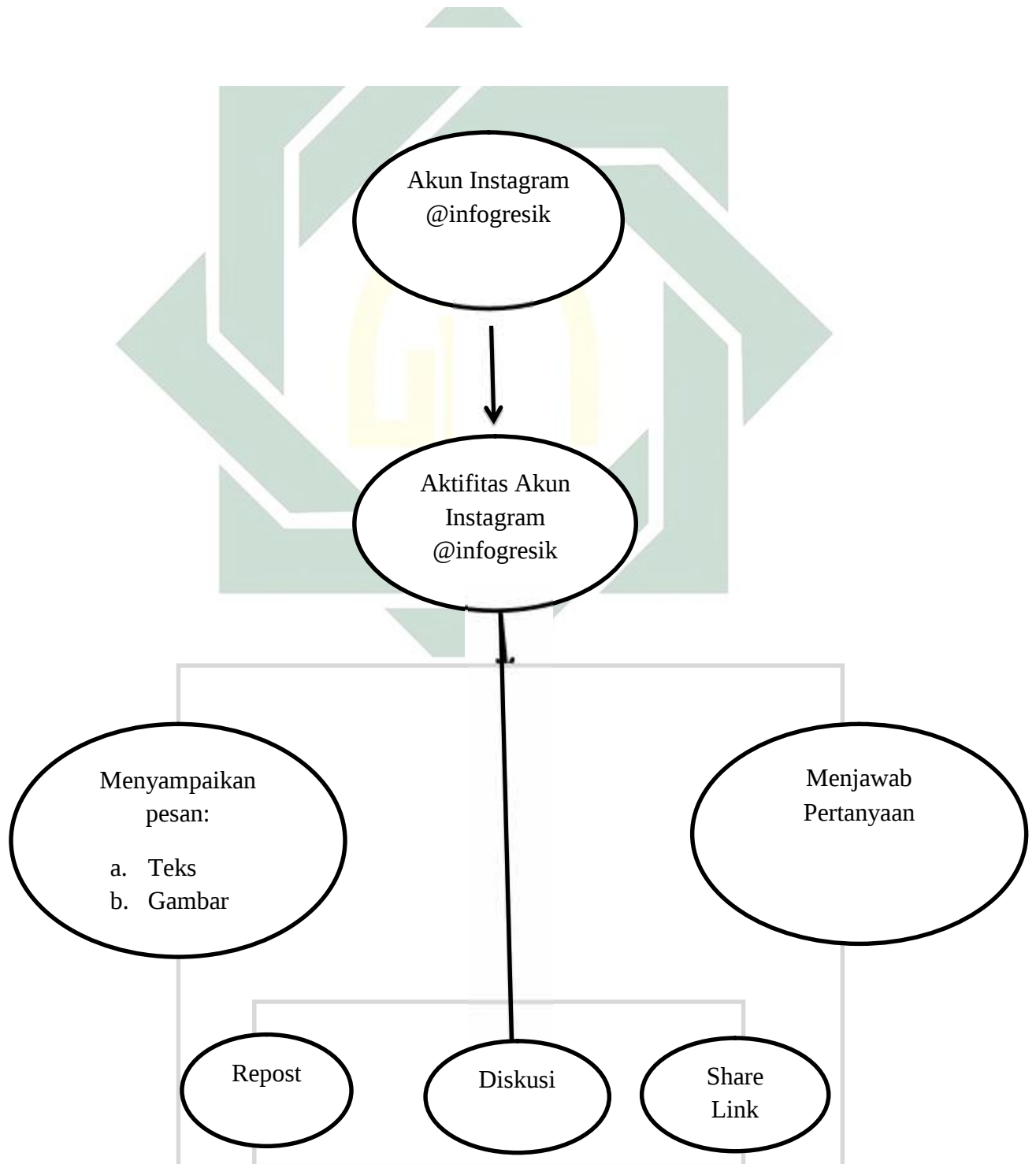
### 3. Eksistensi Diri

#### 4. Akun Instagram @infogresik

[illegible]

selalu update baik informasi yang didapat admin sendiri maupun dari followers akun @infogresik.

#### G. Kerangka Pikir Penelitian





berbeda, akan melakukan pro dan kontra dan memaknai sesuai dengan apa yang mereka lihat.

## H. Metode Penelitian

## 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan data kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk menggambarkan tentang karakteristik individu, situasi, atau kelompok tertentu. Penelitian ini relatif sederhana yang tidak memerlukan landasan teoritis yang rumit atau pengajuan hipotesis tertentu dan dapat meneliti hanya satu variabel saja (Ruslan, 2003:12)

## 2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

### a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sumber tempat peneliti memperoleh keterangan tentang permasalahan yang diteliti, singkatnya subyek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan<sup>12</sup>.

Subyek dalam penelitian ini adalah sepuluh orang yang berusia 17-24 tahun yang memiliki akun *instagram* pribadi dan menfollow akun *instagram@infogresik* serta domisili di Gresik. Rentang usia dipilih untuk memberikan pandangan yang berbeda dari pemaknaan akan gaya hidup kulineran yang ditampilkan melalui *city portrait* pada akun Instagram

<sup>12</sup>Tatang, M. Amirin, *Menyusun Perencanaan Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), p. 66-71

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* yaitu memilih informan secara sengaja dan tidak random. Dimana orang-orang yang diseleksi untuk dijadikan informan dipilih atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian<sup>13</sup>. Pencarian informan akan dihentikan setelah informasi penelitian dianggap sudah memadai.

1. Khalayak yang sering mengabadikan *city portrait* dari kota Gresik dan mengupload jepretannya ke akun pribadi media sosial miliknya dan mengikuti akun @infogresik.
2. Khalayak yang tidak mengabadikan *city portrait* kota Gresik dan tidak mengupload jepretannya ke akun pribadi media social miliknya namun menfollow akun instagram @infogresik.
3. Khalayak yang mengabadikan *city portrait* kota Gresik namun tidak mengupload jepretannya ke akun pribadi media sosial miliknya.

### c. Lokasi Penelitian

1. Pemilihan official account instagram @infogresik, dikarenakan akun tersebut merupakan pelopor berdirinya akun informasi kota Gresik pertama yang saat ini telah diikuti sekitar 115ribu followers.
2. Banyaknya café-café, tempat wisata dan pagelaran seni budaya yang mendominasi tiap sudut Kota Gresik sebagai kota Industri, sehingga dapat memicu khalayak untuk mengunjungi kota Gresik.

### a. Jenis Data Penelitian

Adapun jenis-jenis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Data primer adalah data tangan pertama. Data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran<sup>15</sup>. Atau sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dari data primer ini peneliti mampu mendapatkan data valid yang sesuai dengan tema dan rumusan masalah yang ada. Sumber data primer ini yang langsung memberikan data kepada peneliti<sup>16</sup>, sumber data primer dalam penelitian ini adalah khalayak yang berdomisili di Kota Surabaya usia 17-24 tahun.

| No | Nama | Jenis Kelamin* | Umur | Pendidikan Terakhir | Status/<br>Pekerjaan |
|----|------|----------------|------|---------------------|----------------------|
|----|------|----------------|------|---------------------|----------------------|

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2008, 137

|   |                     |   |          |                     |                                                              |
|---|---------------------|---|----------|---------------------|--------------------------------------------------------------|
| 1 | Prasetyo            | L | 24 Tahun | SMK                 | Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik / Online Developer |
| 2 | Ubaidillah          | L | 23 Tahun | Strata 1            | Mechanic                                                     |
| 3 | Emir Abdillah       | L | 24 Tahun | SMA                 | Karyawan Swasta / <i>Freelance photographer</i>              |
| 4 | Wildan M.           | L | 21 Tahun | SMK                 | Pengusaha Terangbulan / <i>Freelance photographer</i>        |
| 5 | Anni Faidah         | P | 22 Tahun | Strata 1            | Freelancer                                                   |
| 6 | Melinda Kurnia Sari | P | 22 Tahun | Strata 1            | <i>Boutique Staff</i>                                        |
| 7 | Ulliya Azmiya       | P | 17 Tahun | Madrasah Tsanawiyah | Santri Madrasah Aliyah PonPes Ihyaul Ulum Gresik             |
| 8 | Desi Zuhrotul A     | P | 23 Tahun | SMA                 | Hotel Receptionist                                           |
| 9 | Hidayat Arif        | L | 24 Tahun | Strata 1            | Karyawan Swasta / <i>Freelance</i>                           |

|                          |    |               |   |             |                                                                                |
|--------------------------|----|---------------|---|-------------|--------------------------------------------------------------------------------|
|                          |    |               |   |             | <i>photographer</i>                                                            |
| P: P<br>e<br>n<br>e<br>m | 10 | Farijul Hmami | L | 18<br>Tahun | Madrasah<br>Aliyah<br><br>Mahasiswa<br>Univ.Narottama<br>/ Graphic<br>Designer |

puan; L: Laki-laki

## 2) Data Sekunder

Yakni data yang diperoleh peneliti untuk mendukung data primer. Data sekunder ini seperti buku-buku mengenai teori-teori *encoding decoding*, teori analisis persepsi, fotografi dan buku-buku sejenis yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder juga didapat dari buku *online*, jurnal dan artikel.

### b. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yaitu sumber data *library research* dan *field research*.

#### 1) *Library Research*

Penelusuran data dengan menggunakan bantuan buku-buku yang ada di Perpustakaan. Digunakan untuk mencari landasan-landasan teori tentang unsur-unsur pada penelitian ini.

## 2) *Field Research*

Hasil wawancara secara tertulis atau secara lisan yang direkam oleh alat perekam, arsip tentang daftar orang yang menjadi informan dalam penelitian ini.

#### 4. Tahap-tahap Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *receptionanalysis*, dimana metode ini mencoba untuk menginvestigasi, menganalisis, interpretasi khalayak mengenai *city portrait* dalam akun instagram@infogresik.

Peneliti ingin melihat bagaimana khalayak menerima sebuah teks dari media dengan mengetahui makna dan pemahaman mereka terhadap pesan yang disampaikan. Khalayak sebagai individu yang menganalisis teks media dengan kajian resepsi berfokus pada pengalaman khalayak serta bagaimana makna diciptakan berdasarkan pengalaman tersebut. Tahap-tahap penelitian yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

a. Menyeleksi

Pada tahap menyeleksi, peneliti melakukan pemilihan informan. Peneliti mencari sepuluh *followers* akun instagram @infogresik yang minimal *menfollow* akun instagram @infogresik. Kemudian peneliti melakukan wawancara melalui telepon selular untuk menjaring calon informan yang sesuai dengan kriteria yakni latar belakang, pendidikan, kelas sosial dan sebagainya.

b. Mengolah Data



FGD (*Focus Group Discussion*) merupakan suatu teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif. Teknik ini dimaksud untuk memperoleh data dari suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu permasalahan tertentu. Melalui FGD (*Focus Group Discussion*) ini informasi yang ditangkap peneliti adalah informasi kelompok, sikap kelompok, pendapat kelompok dan keputusan kelompok. FGD (*Focus Group Discussion*) berbeda dengan wawancara, fasilitator tidak selalu bertanya tetapi mengemukakan suatu persoalan, kasus, atau pun kejadian.

Dalam kegiatan diskusi kelompok pada penelitian ini, para peserta akan diberi draft yang berisi data serta beberapa foto yang berupa *city portrait* dalam akun instagram@infogresik yang selanjutnya hasil dari diskusi tersebut akan dianalisis oleh peneliti.

[illegible]

- 1) Memilih informan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.
- 2) Mengumpulkan informan tersebut di suatu tempat untuk melakukan diskusi dengan cara mengundang mereka melalui *online message*.
- 3) Memberikan data foto atau gambar berupa *city capture* yang menggunakan *hashtag* #infogresik yang sudah dipilih berdasarkan banyaknya *like* dan pernah di-*repost* oleh akun @infogresik yang kemudian akan didiskusikan pada forum tersebut.
- 4) Melakukan diskusi kelompok di tempat yang telah ditentukan oleh peneliti.
- 5) Peneliti melakukan dokumentasi kegiatan FGD (*FocusGroup Discussion*) dengan foto dan rekam suara.

**b. Interview**

*Interview* merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Selain itu, digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari khalayak yang lebih mendalam. Jadi, melalui wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal tersebut tidak bisa ditemukan pada observasi<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 72.

[illegible]

Setelah mendapatkan data awal yang merupakan jawaban-jawaban representatif dari sesi FGD (*Focus Group Discussion*), peneliti akan menggunakan metode wawancara semi terstruktur yang termasuk ke dalam kategori *in-depth interview* di mana pedoman pertanyaan dari wawancara ini tidak akan terlalu terstruktur dan peneliti akan bertanya lebih lanjut lagi jika jawaban dari pertanyaan kepada sumber dianggap belum cukup representatif. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang lebih mendalam dari sumber data sehingga semakin memperkaya data serta untuk menggali lebih lanjut data-data yang disampaikan oleh sumber yang dianggap menarik dan merupakan suatu jawaban baru yang bahkan mungkin kontradiktif terhadap permasalahan yang dikemukakan.

Peneliti membangun hubungan yang dekat dengan khalayak dari obyek penelitiannya. Hal ini dimaksudkan agar peneliti bisa menyelami kehidupan mereka dan mereka mau berbagi mengenai perasaan terdalam dari masyarakat. Metode observasi bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup khalayak yang hobi kulineran dan khalayak yang tidak hobi kulineran. Kegiatan observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan sehari-hari khalayak secermat mungkin sampai pada sekecil-kecilnya. Pengamatan berperan serta sebagai penelitian yang bercirikan interaksi sosial.

[illegible]

#### d. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan catatan, dokumen yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini adalah catatan Seputar akun Instagram @infogresik dan dokumentasi kegiatan berlangsungnya *Focus Group Discussion* dan wawancara mendalam.

Selanjutnya dokumentasi ini juga berupa dokumen yang dibuat secara pribadi oleh peneliti berupa foto-foto tentang obyek penelitian yang diambil pada saat penelitian berlangsung.

## 6. Teknik Analisis Data

[illegible]

- a. Mengumpulkan data dari khalayak. Pengumpulan data disini ditekankan dalam bentuk diskusi kelompok atau *focus group discussion* dan wawancara. Artinya *focus group discussion* dan wawancara berlangsung untuk menggali bagaimana sebuah isi pesan media tertentu mendorong wacana yang berkembang dalam diri khalayak.
- b. Menganalisis hasil atau temuan dari wawancara. Dalam tahap ini peneliti memanfaatkan teknik triangulasi data dalam rangka untuk melakukan *coding* terhadap hasil *focus group discussion* dan wawancara.
- c. Menginterpretasi terhadap pengalaman bermedia dari khalayaknya. Menjadi catatan disini bahwa seorang peneliti tidak sekedar mencocokkan model pembacaan sebagaimana yang telah dirumuskan dalam acuan teoritis melainkan justru mengelaborasi dengan temuan yang sesungguhnya terjadi di lapangan sehingga memunculkan model atau pola penerimaan yang riil dan lahir dari konteks penelitian sesungguhnya<sup>21</sup>.

Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas, karena dalam penelitian kualitatif kriteria utama pada

[illegible]

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga teknik, meliputi:

Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal di lapangan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Kehadiran peneliti dalam setiap tahap penelitian kualitatif membantu peneliti untuk memahami semua data yang dihimpun dalam penelitian bahkan sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Perpanjangan keikutsertaan digunakan peneliti untuk membangun kepercayaan para subjek kepercayaan diri peneliti sendiri. Perpanjangan keikutsertaan dilakukan dengan cara menjalin komunikasi yang harmonis secara terus menerus dengan informan selama 2 minggu, dalam hal ini peneliti ikut serta melakukan kegiatan dengan informan seperti hangeout, bertukar pikiran via handphone dan online message.

Ketekunan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitannya dengan proses analisis konstan atau tentatif. Ketekunan pengamatan menggunakan seluruh panca

[illegible]

c. Triangulasi

Denzin membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.

Triangulasi dengan memanfaatkan peneliti untuk mengecek kembali derajat kepercayaan data. Hal ini dilakukan peneliti dengan cara mengkonsultasikan hasil penelitian kepada dosen pembimbing skripsi. terhadap peneliti dan juga Triangulasi dengan sumber data dilakukan dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan pengamatan, apa yang dikatakan dengan situasi penelitian sepanjang waktu, pandangan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat, serta membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi yang berkait.

Denzin membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.

Triangulasi dengan memanfaatkan peneliti untuk mengecek kembali derajat kepercayaan data. Hal ini dilakukan peneliti dengan cara mengkonsultasikan hasil penelitian kepada dosen pembimbing skripsi. terhadap peneliti dan juga Triangulasi dengan sumber data dilakukan dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan pengamatan, apa yang dikatakan dengan situasi penelitian sepanjang waktu, pandangan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat, serta membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi yang berkait.

Triangulasi dengan metode dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data yang meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Triangulasi dengan teori dilakukan dengan mengurai pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari penjelasan pembanding.



Pada bab ini mencakup penyajian data hasil temuan dilapangan, baik secara observasi, wawancara maupun dokumentasi, data ini kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis yang telah ditentukan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi mengenai hasil rangkuman dari bab-bab yang terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

## BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi mengenai hasil rangkuman dari semua bab yang terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

## KAJIAN TEORITIS

### 1. *City Portrait* dalam bingkai kehidupan kota Gresik

Tak ada yang direkayasa atau disiapkan sebelumnya. Fotografer merekam kenyataan seperti apa adanya pada suatu saat, jadi bersifat spontan dan berdasarkan insting fotografer. *City Portrait* lebih cenderung menjadi ironis dan menjadi terbatas atau berjarak dari masalah subjeknya itu sendiri, dan sering terpacu pada situasi tunggal manusia, menyangkut pada ketentuan situasi ketajaman.

Di sisi lain, banyak *City Portrait* menggunakan posisi yang berbeda dan menggunakan sesuatu yang sangat harfiah atau rinci dan secara menakjubkan seseorang membuat persoalan subjek, memberikan kepada penonton suatu pengalaman yang lebih mendalam atas perjalanan hidup mereka yang mungkin hanya berlalu dengan cara biasa.

Dengan *City Portrait* ini kita dapat melihat kenyataan dari sisi pandangan kota dengan media foto. Biasanya *City Portrait* ini disenangi oleh seseorang yang lebih suka dengan kegiatan yang di luar ruangan karena syarat utama dari *City Portrait* ini adalah ruang terbuka public.

Terdapat beberapa komposisi yang harus diperhatikan sebelum mengambil sebuah foto perjalanan, sehingga hasil foto yang diambil akan terlihat terasa lebih hidup dan berkesan. Komposisi yang harus diperhatikan, sebagai berikut:<sup>23</sup>

1) Kejelasan

Apapun subjek yang diambil , pastikan objek yang akan diambil memiliki kejelasan, sebuah karya foto harus jelas dan tidak perlu adanya penjelasan. Ketika akan memotret gambar , fokuslah pada apa yang membuatnya menarik dan memiliki makna yang jelas untuk dilihat.

2) Sudut

Ketika akan mengambil lokasi yang sering difoto, cobalah untuk mengambil foto dari sudut yang berbeda yang akan membuat gambar terlihat lebih unik. Sebuah foto yang menarik, yaitu foto yang tidak biasa mereka lihat. Berjalan di sekitar subjek untuk melihat apakah memotret dari ketinggian yang berbeda atau jarak, akan membantu

---

<sup>23</sup> <http://photography.tutsplus.com/articles/top-tips-for-starting-out-with-documentaryphotography--photo-9068> diakses pada Sabtu 9 Desember 2017 pukul 13:30 WITA

### 3) Kesederhanaan

#### 4) FotoWarna

5) Cahaya

[illegible]

6) Orang-orang

[illegible]

acakan. Beberapa momen tersebut biasanya di gunakan oleh segelintir orang ataupun wartawan sebagai bahan untuk mengkritik kinerja para pemerintah kota ataupun aparaturnegara. Street photography atau foto jalanan menjadi begitu populer di negara maju, di karenakan banyaknya aktivitas manusia di ruang - ruang publik dan itupun menjadi hal yang menarik bagi pecinta street fotografi.<sup>24</sup>

Banyak dari pecinta fotografi jalanan membuat dari setiap gambar yang di ambilnya memiliki pesan-pesan sosial dan mengajak kepada paca “pembaca” atau penikmat sebuah karya untuk memahami pesan di baliknya. Justru dengan ini lah para fotografi jalanan menikmati hasil karya nya tanpa perlu repot-repot mencari objek dari sebuah foto tersebut.

*City Portrait* tidak hanya membicarakan tentang sebuah ruang publik atau “situs in public”, tapi lebih luas dari itu. Banyak sekali interaksi yang terjadi di jalanan yang terkadang kita pun tidak menyadari bahwa interaksi “itu” bisa terjadi. Banyak sekali peristiwa atau kejadian yang jarang kita temukan bahkan tidak kita sadari bahwa peristiwa tersebut akan begitu bermakna bagi para penikmatnya. Dari situlah *City Portrait* menjadi salah satu genre yang unik dalam fotografi.

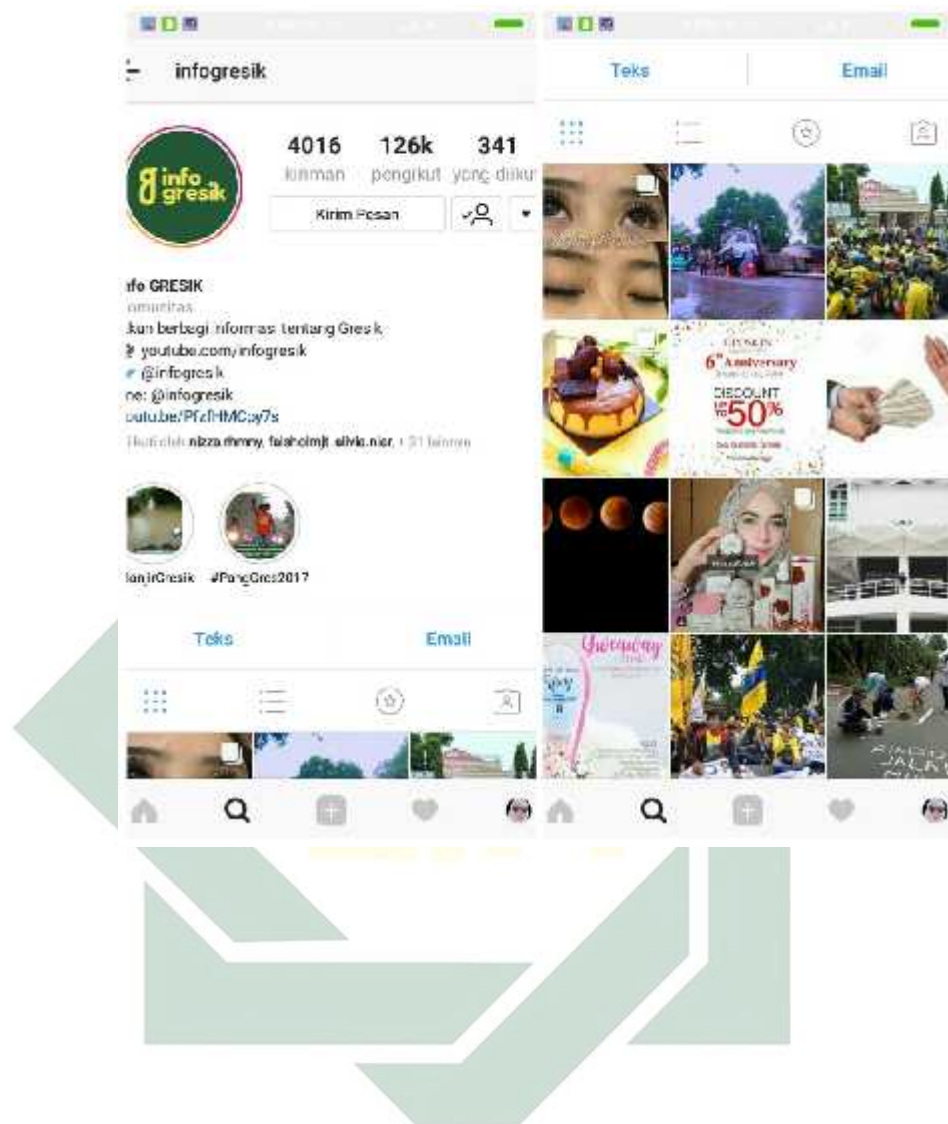
---

<sup>24</sup> <http://photography.tutsplus.com/articles/top-tips-for-starting-out-with-documentary-photography--photo-9068> diakses pada Sabtu 9 Desember 2017 pukul 13:30 WITA

Dari hal – hal tersebut kita bisa merasakan dan menemukan interaksi – interaksi yang terjadi, yang tidak semua orang menyadarinya bahwa suatu interaksi yang bersifat "nyeleneh" bisa terjadi di lingkungan kita. Selain bisa merasakan unsur – unsur yang terdapat dalam lingkungan, seorang city photographer harus memahami kejadian dan interaksi yang terjadi dalam lingkungan tersebut.

### Gambar 2.1

<sup>26</sup> <https://gaya.tempo.co/read/580226/apa-itu-fotografi-jalanan> diakses pada Sabtu 9 Desember 2017 pukul 17:05



**Gambar 2.2**





**Gambar 2.6**



**Gambar**



2.7

### Gambar



## 2.8

Sumber : akun Instagram @infogresik

## 2. Kondisi Sosial Masyarakat Gresik

Kabupaten Gresik merupakan sebuah kota kecil di provinsi Jawa timur. Berdasarkan data Dinas Kependudukan, Catatan Sipil dan Sosial Kabupaten Gresik jumlah penduduk Kabupaten Gresik pada akhir tahun 2012 sebesar 1.307.995 jiwa yang terdiri dari 658.786 laki-laki dan 649.209 perempuan. Dengan luas wilayah Kabupaten Gresik sebesar 1.191,25/Km<sup>2</sup> maka tingkat kepadatan penduduk Kabupaten Gresik adalah 1.098 jiwa/Km<sup>2</sup>, cukup padat mengingat Gresik hanyalah sebuah kota kecil.

Kabupaten Gresik memiliki julukan sebagai kota “Santri”. Kata “Santri” di sini bukanlah dalam arti yang sebenarnya, melainkan sebuah

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Gresik, jumlah usaha kecil di Gresik berkisar 740, usaha menengah berkisar 180, dan usaha besar berkisar 80 usaha. Dengan banyaknya usaha di Kabupaten Gresik tersebut, baik usaha kecil, menengah, dan besar, pasti akan meningkatkan pendapatan daerah sekaligus dapat lebih menyejahterakan masyarakat sekitarnya. Selain berakibat positif bagi daerah, usaha-usaha perindustrian di Kabupaten Gresik juga akan menimbulkan berbagai masalah, mulai dari masalah lingkungan, kesehatan, kependudukan, hingga masalah-masalah sosial lain yang akan merubah pola hidup masyarakat kabupaten ini.

[illegible]





Akhir-akhir ini juga sering terdengar masalah kenakalan remaja, seperti penyalahgunaan narkoba dan hamil di luar nikah. Sangat prihatin jika saya membandingkan kota kelahiran saya yang dulu dengan sekarang. Pendatang yang bukan hanya dari luar kota, namun juga dari luar negeri menyebabkan remaja di Gresik sangat mudah terpengaruh sehingga terjerumus pada dunia yang suram. Dua tahun lalu, siswa SMA swasta tertangkap polisi karena akan mengaborsi kandungannya. Kejadian tersebut juga terulang beberapa bulan terakhir dan pelakunya dari sekolah yang sama. Padahal SMA tersebut merupakan sekolah yang berwawasan agama. Tahun lalu, remaja berusia 16 tahun tertangkap polisi karena mengedarkan narkoba. Sungguh miris hati ini, jika tahu mereka berbuat demikian di kota kelahiran saya, bahkan salah satu dari mereka adalah tetangga saya. Perubahan budaya yang sangat signifikan ini terjadi di kota industri yang berhias iman ini. Bukan hanya perubahan ke arah lebih baik, namun lebih cenderung ke arah yang lebih buruk.

Saya yakin Anda pasti tahu bagaimana kondisi lingkungan di Gresik. Ya, kondisi lingkungan di kabupaten ini sangat memprihatinkan. Banyaknya industri merupakan faktor penyebab paling dominan dalam munculnya pencemaran lingkungan. Banyak pabrik kurang memperhatikan lingkungan

Setiap malam warga harus merasakan bau ammonia sangat menyengat yang dihasilkan oleh pabrik. Mayoritas pabrik-pabrik di sekitar pemukiman warga beroperasi pada malam hari. Bukan hanya polusi udara, polusi air juga sangat nampak. Air PDAM di beberapa wilayah menjadi keruh, ada pula yang mengandung banyak kaporit hingga baunya dapat tercium. Ketika musim kemarau datang, PDAM pasti tidak memiliki stok air untuk warga. Daerah resapan air tanah telah berkurang sehingga warga tidak bisa lagi memiliki alternatif sumber air dan sangat bergantung pada PDAM.

[illegible]

#### d. Masalah Kesehatan

Masalah kesehatan adalah pokok masalah dari masalah-masalah lain. Semua masalah akan berujung pada permasalahan kesehatan masyarakat. Industri besar, pendapatan besar, semua tidak berarti apabila kesehatan kita terganggu. Kesehatan adalah nikmat yang paling berharga, jika kita tidak sehat maka kita tak dapat lagi menikmati nikmat-nikmat lain dari-Nya.

Banyak penyakit yang mulai muncul akibat dari kegiatan industri, mulai dari penyakit pernapasan, kulit, reproduksi, hingga munculnya kanker. Penyakit yang paling banyak diderita warga akibat kegiatan industri adalah gangguan pernapasan. Pencemaran yang paling dominan di Gresik adalah pencemaran udara. Oleh sebab itu, banyak warga yang mengaku menderita sesak nafas hingga penyakit pernapasan kronis, seperti kanker paru-paru. Penyakit kulit juga banyak mewabah akibat pencemaran lingkungan, khususnya pencemaran air. Selain disebabkan oleh pencemaran akibat industri, penyakit yang jarang muncul juga dapat diderita akibat gaya hidup masyarakat yang tidak lagi sehat. Pola hidup tidak sehat dapat memicu tumbuhnya kanker yang dapat membunuh kita sewaktu-waktu. Rumah sakit memang telah banyak dibangun, namun tidaklah mencegah itu lebih baik daripada mengobati.

Akhir-akhir ini sering terjadi kebocoran pipa gas pabrik yang dapat mengganggu bahkan mengancam kesehatan warga. Pada tanggal 7 Juli 2013 lalu misalnya, telah terjadi masalah kebocoran pipa PT Smelting yang mengandung gas sulfur dioksida. Perusahaan tersebut hanya memberi uang

permintaan maaf pada warga. Dari kejadian tersebut 119 orang dilarikan ke RS Petrokimia dan sebanyak 200 orang dievakuasi dari tempat kejadian. Sungguh miris jika kita mengetahui hal ini, banyak warga yang dikorbankan demi peningkatan pendapatan daerah. Seharusnya perusahaan industri di Gresik harus dapat menjamin kesehatan warga sekitar sebelum mendirikan perusahaannya di kota santri ini. Masalah di atas hanyalah sedikit gambaran mengenai kondisi kota kelahiran saya. Masih ada banyak masalah lain di sana, namun pada kesempatan ini hanyalah masalah tersebut yang dapat saya paparkan.<sup>28</sup>

### **3. Instagram Sebagai Media Informasi dan Eksistensi diri**

*Instagram* adalah *photo sharing* yang sangat populer karena memiliki nilai tambah dalam hal efek-efek. *Instagram* menggunakan mekanisme menyerupai *twitter*, dimana kita bisa *memfollow* orang lain dan para penggemar bisa *memfollow* kita balik. Selanjutnya kita dapat bertukar komentar. Alasan paling tepat mengapa *instagram* populer adalah karena memiliki banyak efek *instant* yang menarik. Sebagian besar efek yang ada dalam aplikasi ini mampu mengubah foto apapun menjadi tampak lebih artistik. Selain itu *instagram* juga mendukung perekaman video yang bisa diberi efek-efek artistik<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> <http://gresikkab.go.id/profil/demografi> Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik. Gresik Dalam Angka 2012. Gresik: BPS Kab. Gresik; 2012. Diakses Selasa 28 November 2017 pukul 21:20 WIB

<sup>29</sup> Jubilee Enterprise, *100 Aplikasi Android Paling Dahsyat*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013), 6.



*Instagram* untuk aktivitas *sharing* foto mereka<sup>15</sup>.

### a. Fitur –fitur Dalam *Instagram*

*instagram* yakni<sup>16</sup>:

- 1) *Follower*, fitur ini memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi antara sesama pengguna *instagram*.
- 2) Kamera, foto yang telah diambil melalui *instagram* dapat diolah dengan pengaturan yang tersedia. Ada 16 efek foto yang bisa digunakan untuk mempercantik foto.
- 3) Judul foto, berfungsi untuk memberikan judul, menambah lokasi foto dan memberikan narasi pada foto tersebut.
- 4) *Arroba* (@), digunakan untuk menautkan pengguna lain. Dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukkan nama akun *instagram* orang lain.
- 5) Label foto atau *hashtag* (#), sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto dengan kata kunci tertentu. Label atau hashtag banyak digunakan untuk melakukan publikasi dan promosi (komersil maupun non-komersil) agar foto tersebut dapat dengan mudah ditemukan dan semakin populer.



Pengguna *Instagram* dapat menjangkau jauh lebih banyak pembaca/pengunjung melalui tampilan baru tersebut. Publik yang tidak memiliki akun *Instagram* juga dapat menikmati seluruh foto yang ada di *Instagram* melalui *website* ini tanpa harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu.

Sosial media berkembang begitu pesat dan hampir semua orang menggunakan situs-situs jejaring sosial. Sosial media saat ini sudah menjadi ruang publik. Ratusan juta orang mengaksesnya hampir setiap hari dan setiap waktu. Hal ini semakin didukung dengan adanya *smartphone* yang dilengkapi dengan fitur kamera.

*Instagram* dapat diakses melalui berbagai perangkat elektronik, selama perangkat tersebut terhubung dengan fasilitas internet. Foto yang dihasilkan di *Instagram* dapat dipergunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari berbagi kehidupan pribadi hingga informasi yang penting bagi khalayak luas.

[illegible]

konstruksi segala bentuk media (terutama media massa) terhadap segala aspek realitas kenyataan, seperti masyarakat, objek, peristiwa hingga identitas budaya. Representasi ini bisa berbentuk kata-kata atau tulisan bahkan juga dapat dilihat dalam bentuk gambar atau foto<sup>30</sup>. Gambar atau foto bagaimanapun hanya menyajikan representasi dari realitas. Adanya penambahan fitur atau *effect* dalam media sosial *Instagram* merupakan sebuah tindakan menampilkan diri yang dilakukan oleh setiap individu untuk mencapai sebuah citra diri yang diharapkan.

Media sosial kini menjadi ruang untuk mempresentasikan diri yang membuat setiap pengguna menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, meningkatkan variasi atau memberikan ruang yang luas dalam presentasi diri.

Representasi diartikan sebagai perwakilan atas sesuatu. Melalui media foto sebuah peristiwa diabadikan dalam materi tertentu, kemudian dihadirkan kembali. Sesuai dengan fungsinya yaitu representasi, foto merupakan salah satu bentuk komunikasi. Foto dianggap bisa mewakili identitas. Pada titik inilah representasi penting dibicarakan. Istilah representasi itu sendiri menunjukkan pada seseorang, satu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> Daniel 2010, —*Media Representation*[],  
<http://www.aber.ac.uk/media/modules/MC30820/represent.html>, diakses Rabu 10  
Desember 2017 pukul 09.00 WIB

<sup>31</sup> Stuart Hall, *Representation: Cultural Representations And Signifying Practices*, (California: SAGE Publications, 1997), 24.

Salah satu dari teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai kerangka teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah *Uses and Gratifications*. Model Uses and Gratifications untuk pertama kali dijelaskan oleh *Elihu Katz* (1959) dalam suatu artikel sebagai reaksinya terhadap pernyataan *Bernard Berelson* (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya akan mati. Katz menegaskan bahwa bidang kajian yang sedang sekarat itu adalah studi komunikasi massa sebagai persuasi. Dia menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai waktu itu diarahkan kepada penyelidikan efek kampanye persuasi pada khalayak. Katz mengatakan bahwa penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pertanyaan *Apa yang dilakukan media untuk khalayak (What do the media do to people?)*.

Salah satu dari teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai kerangka teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah *Uses and Gratifications*. Model Uses and Gratifications untuk pertama kali dijelaskan oleh *Elihu Katz* (1959) dalam suatu artikel sebagai reaksinya terhadap pernyataan *Bernard Berelson* (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya akan mati. Katz menegaskan bahwa bidang kajian yang sedang sekarat itu adalah studi komunikasi massa sebagai persuasi. Dia menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai waktu itu diarahkan kepada penyelidikan efek kampanye persuasi pada khalayak. Katz mengatakan bahwa penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pertanyaan *Apa yang dilakukan media untuk khalayak (What do the media do to people?)*.

Model *uses and gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak.<sup>33</sup>

Model ini digambarkan sebagai a dramatic break with effects tradition of the past, yaitu suatu loncatan dramatis dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media terhadap khalayaknya tetapi lebih tertarik pada apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Katz mengatakan bahwa penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pertanyaan : “Apa yang dilakukan media untuk khalayak? (*What do the media do to people?*)”.<sup>34</sup>

*Model Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Khalayak dianggap secara aktif dengan sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya dan mempunyai tujuan. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas pemenuhan kebutuhan seseorang. Dari sinilah timbul istilah *uses and gratifications* (penggunaan dan pemenuhan kebutuhan). Sebagian besar perilaku khalayak akan

<sup>33</sup> Rakhmat, Jalaludin. 2003. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 289

<sup>34</sup> Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 65



- b. *Affective needs* (Kebutuhan Afektif) Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetik, menyenangkan dan emosional.
- c. *Personal Integrative needs* (Kebutuhan pribadi secara integratif) Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.
- d. *Social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif) Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.
- e. *Escapist needs* (kebutuhan Pelepasan) Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat ingin melarikan diri dari kenyataan, kelelahan emosi, ketegangan dan kebutuhan akan hiburan. Dalam keaktifan khalayak dalam kehidupannya sehari-hari, terlihat mereka membutuhkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka yakni melalui penggunaan media seperti membaca surat kabar yang mereka sukai, menonton acara televisi, atau mendengarkan musik favoritnya, dll.<sup>37</sup>

## 1. Motif Penggunaan Media

Motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut. Semua tingkah laku manusia yang melingkupi penggerak, alasan-

---

<sup>37</sup> Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 66

Setiap individu pasti memiliki motif yang berbeda dalam memilih media, perbedaan motif ini kemudian menimbulkan perbedaan dalam tingkat kepuasan yang didapat individu dalam menggunakan media. Motif dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala faktor dan pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan orang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut. Seleksi terhadap media yang dilakukan oleh khalayak yang disesuaikan dengan kebutuhan dan motif. Seleksi terhadap media ini berlaku untuk semua jenis media, baik media cetak maupun media elektronik. Penggunaan media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang timbul dari lingkungan sosial dan psikologis dan khalayak menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya.

Adapun penyebab atau dorongan tersebut disebut motif.

Motif pengguna dalam menggunakan Instagram sebagai media komunikasi, difokuskan pada motif penggunaan media menurut pendapat McQuail, Blumler dan Brown yang menggunakan kategori-kategori berikut<sup>38</sup>:

- a. Informasi (surveillance) yaitu informasi mengenai hal-hal yang mungkin mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan sesuatu.
- b. Identitas pribadi (personal identity) yaitu penguatan nilai atau penambah keyakinan, pemahaman diri, eksplorasi realitas, dan sebagainya.
- c. Hubungan personal (personal relationship) yaitu manfaat sosial informasi dalam percakapan, pengganti media untuk kepentingan perkawanan,
- d. Pengalihan (diversion) yaitu pelarian dari rutinitas dan masalah, pelepasan emosi

## 2. **New Media (Media Baru)**

New media atau media baru merupakan istilah yang digunakan untuk semua media komunikasi yang berlatar belakang teknologi komunikasi dan informasi. Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah

---

<sup>38</sup> Saverin, W.J dan Tankard, J.W. 2008. Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terpaan di dalam Media Massa. Jakarta: Kencana. 356

Media baru dapat memudahkan kita untuk mengetahui segala informasi yang jauh, sehingga kita dapat bertemu secara tatap muka dalam sebuah teknologi. Melalui media baru juga kita mendapatkan berbagai informasi dari seluruh dunia.

### 3. Social Networking (Jejaring Sosial)

<sup>39</sup> McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika.

bahwa kekuatan utama dari Social Networking adalah adanya profil pengguna yang dapat dilihat serta daftar teman-temannya yang tergabung di situs tersebut.

Pada umumnya dalam Social Network atau dikenal dengan Social Network Site, para penggunanya menjalin hubungan dengan pengguna lainnya yang sudah menjadi bagian dalam jaringan sosial mereka. Para pengguna social networking ini dapat bertemu dan berkomunikasi dengan orang asing yang belum kita kenal sebelumnya. Mereka dapat mengenal satu individu dan individu yang lainnya melalui profil, foto dan biodata yang ada sebagai pengguna social networking tersebut.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> McQuail. Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6. Jakarta: Salemba Humanika. 102



Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* yaitu memilih informan secara sengaja dan tidak random. Diamana orang-orang yang diseleksi untuk dijadikan informan dipilih atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian<sup>41</sup>. Pencarian informan akan dihentikan setelah informasi penelitian dianggap sudah memadai.

- a. Khalayak yang sering mengabadikan *city portrait* dari kota Gresik dan mengupload jepretannya ke akun pribadi media sosial miliknya dan mengikuti akun Instagram @infogresik.
- b. Khalayak yang tidak mengabadikan *city portrait* kota Gresik dan tidak mengupload jepretannya ke akun pribadi media sosial miliknya namun menfollow akun instagram @infogresik.
- c. Khalayak yang mengabadikan *city portrait* kota Gresik namun tidak mengupload jepretannya ke akun pribadi media sosial miliknya namun menfollow akun instagram @infogresik.

[illegible]

1. Nama : Prasetyo Harjo  
Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 20 Maret  
Umur : 24 Tahun  
Status : Belum Kawin  
Alamat : jl. Banjar baru VIII GKB  
Prasetyo dipilih untuk menjadi informan karena dalam kriteria yang tepat dalam penentuan informan khalayak yang tidak mengabadikan *city portrait* dan tidak mengupload jepretannya ke akun miliknya namun memfollow akun Instagram @in
2. Nama : Ubaidillah  
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 8 November  
Umur : 23 Tahun  
Status : Belum Kawin

1. Nama : Prasetyo Harjo

Umur : 24 Tahun

Alamat : jl. Banjar baru VIII GKB

2. Nama : Ubaidillah

Umur : 23 Tahun

Alamat : Dukun Anyar RT 04/ RW 05 No. 54

3. Nama : Emir Abdillah

Umur : 24 Tahun

Alamat : Jl.Gubernur Suryo gang 11a no.58

Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan 27 Mei 1993

Umur : 24 Tahun

Status : Belum Kawin

Alamat : Jl.Kalimantan 119 GKB

Wildan dipilih untuk menjadi informan karena ia termasuk kriteria yang tepat dalam penentuan informan yakni, K yang sering mengabadikan *city portrait* dari kota Gre dan mengupload jepretannya ke akun pribadi media sosial n dan mengikuti akun Instagram @infogresik.

5. Nama : Anni Faidah

- Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 24 Mei 1995

Status : Belum Kawin

Anni dipilih untuk menjadi informan karena ia termasuk dalam kriteria yang tepat dalam penentuan informan yakni, khalayak yang tidak mengabadikan *city portrait* kota Gresik dan tidak mengupload jepretannya ke akun Instagram miliknya namun memfollow akun Instagram @infogresik.

- Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 01 Maret 1995

Status : Belum Kawin

[illegible]

Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 11 November 2000

Umur : 17 Tahun

Status : Belum Kawin

Alamat : Ds. Dukun Anyar RT/RW 001/002 no. 23

Miya dipilih untuk menjadi informan karena ia termasuk kriteria yang tepat dalam penentuan informan yakni, laki-laki yang tidak mengabadikan *city portrait* kota Gresik dan tidak mengupload jepretannya ke akun Instagram miliknya. Miya memfollow akun Instagram @infogresik.

Miya dipilih untuk menjadi informan karena ia termasuk dalam kriteria yang tepat dalam penentuan informan yakni, khalayak yang tidak mengabadikan *city portrait* kota Gresik dan tidak mengupload jepretannya ke akun Instagram miliknya namun memfollow akun Instagram @infogresik.

Desi dipilih untuk menjadi informan karena ia termasuk dalam kriteria yang tepat dalam penentuan informan yakni, khalayak yang tidak mengabadikan *city portrait* kota Gresik dan tidak mengupload jepretannya ke akun Instagram miliknya namun memfollow akun Instagram @infogresik.

yang mengabadikan *city portrait* kota Gresik namun tidak mengupload jepretannya ke akun pribadi media sosial miliknya namun memfollow akun instagram @infogresik.

10. Nama : Farijul Hammi

Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 24 Mei 1999

Umur : 18 Tahun

Status : Belum Kawin

Alamat : Ds. Dukun Anyar RT/RW 001/002 no. 23

Farij dipilih untuk menjadi informan karena ia termasuk dalam kriteria yang tepat dalam penentuan informan yakni, Khalayak yang mengabadikan *city portrait* kota Gresik namun tidak mengupload jepretannya ke akun pribadi media sosial miliknya namun memfollow akun instagram @infogresik.

## 2. Deskripsi Objek penelitian

Obyek dalam penelitian ini mengenai city portrait kota Gresik yang ditampilkan akun Instagram @infogresik sebagai media informasi dan eksistensi diri. Jadi, dengan obyek penelitian tersebut, dapat digunakan peneliti untuk menarik kesimpulan yang masuk menjadi sebuah data riil dan dapat mendeskripsikan tentang pemaknaan khalayak yang ditampilkan melalui *city portrait* dalam akun instagram @infogresik.

Kemajuan teknologi dan situasi kehidupan dewasa ini berkembang sangat pesat dengan munculnya teknologi internet yang disusul dengan media social. Dalam internet, kita mengenal Instagram. Salah satu media online dengan penggemar yang berkembang sangat pesat.

Di era pro-modernitas ini, cirri masyarakat yang cukup menonjol adalah perasaan ketinggalan jaman dan minder apabila tidak memiliki media social.

Dengan adanya Instagram, dapat dilihat bahwa masyarakat terpengaruh dengan adanya penggunaan Instagram yang menjadikan perubahan perilaku manusia akan kesadaran dirinya untuk menampilkan berbagai hal dalam bentuk foto.

a. Sejarah Terbentuknya Akun Instagram @infogresik

Awal mula akun Instagram @infogresik terbentuk adalah sebuah keisengan atas ide dari Mas Rofi'I, orang asli Gresik yang sering menjadi Volunteer di berbagai kegiatan sosial. Kemudian beliau ini menyerahkan sepenuhnya semua akun media social @infogresik kepada mas Irwan (red : Admin @infogresik – Narasumber). Mas Irwan ini kemudian diajak oleh mas Rofi'i untuk menjadi relawan yang mengelola media social @infogresik pada awal tahun 2010-2011. Akun media sosial @infogresik ini tidak hanya Instagram, tapi juga diawali dengan Twitter dan Website pada tahun 2010, Facebook pada tahun 2011, dan Instagram baru sejak tahun 2012.

Dalam mengelola akun Instagram @infogresik, Mas Irwan dibantu oleh admin lain juga. Namun, tetap beliau yang dominan mengelolanya. Kurang lebih sudah 3 tahun Mas irwan fokus mengelola akun Instagram @infogresik karena memang tidak bisa ditinggal.<sup>42</sup>

b. Followers Akun Instagram @infogresik

Sejak awal dibentuknya akun Instagram @infogresik tahun 2012 sampai akhir Oktober 2017 sudah ada sekitar 115K *Followers*. Seminggu bisa sampai

---

<sup>42</sup> Wawancara peneliti dengan Admin akun Instagram @infogresik Langsung. Selasa 24 Oktober 2017 pukul 18:10 WIB

Pertambahan *Followers* Akun Instagram @infogresik ini mampu mengalahkan *Followers* dari akun-akun sejenis yang ada di Kota Gresik. Karena akun @infogresik ini adalah akun Organik yang tidak memakai bantuan *software* untuk menambah *Followers* ataupun membeli *Followers*. Seperti akun @exploregresik dengan *followers* 50,3k, @wonggresik dengan *Followers* 69,25k, @gresik24jam dengan *Followers* 1722, @ayodolennanggresik dengan *Followers* 16,8k, @inigresik dengan *Followers* 14,8k, @asligresik\_ dengan *Followers* 51,52k, @gresikita dengan *Followers* 5863k, @gresiktourism dengan *Followers* 3102k, @gresik\_net dengan *Followers* 1213, dan @gresiktrip dengan *Followers* 5900.

c. *City Portrait* Dalam Akun Instagram @infogresik

[illegible]

Admin juga memberikan keterangan pada setiap foto yang diunggah. Entah itu lokasi dan lain sebagainya sehingga *Followers* mengetahui asal foto tersebut dan kisah dibalik foto tersebut. Ditambah lagi Admin berasal dari Komunitas “Gresik Ngopi” yang sudah populer di Kota Gresik. Komunitas tersebut tidak hanya untuk ajang kongkow semata namun juga untuk wadah bertukar Informasi tentang Gresik dan Sekitarnya Terkini.

d. Orientasi Postingan Akun Instagram @infogresik

<sup>43</sup> Wawancara peneliti dengan Admin akun Instagram @infogresik Langsung. Selasa 24 Oktober 2017 pukul 18:10 WIB

Maksud dari Admin akun Instagram @infogresik ini juga untuk pemerataan informasi mulai dari Gresik Utara sampai mencakup Gresik Selatan. Dan karena pada dasarnya akun Instagram @infogresik ini adalah akun *citizen journalism*, maka akun Instagram @infogresi kmenerima berbagai macam informasi dari *Followersnya*.<sup>44</sup>

Penamaan @infogresik memudahkan khalayak untuk mencari tahu tentang berbagai macam informasi seputar Kota Gresik. Untuk sekarang Logo akun Instagram @infogresik merupakan gabungan dari inisial nama infogresik sendiri yaitu huruf “I” dan “g”. bentuk dasarnya menggambarkan wilayah Kabupaten Gresik dalam peta. Lengkap dengan pulau Baweannya.

[illegible]

Secara keseluruhan, logo ini adalah logo yang sederhana dan modern. Memiliki sifat dinamis serta selalu memberikan informasi yang tidak monoton. Logo dengan dominasi warna kuning dan hijau melambangkan keseimbangan informasi. Ini merupakan symbol dari misi dan tujuan dari akun Instagram @infogresik yakni meratakan penyebaran informasi ke seluruh wilayah Gresik. Akun Instagram @infogresik tidak hanya terpusat di Gresik Kota saja, namun juga Gresik mulai dari barat, timur, utara dan selatan. serta memakai huruf kecil yang melambangkan keramahan dan bersahabat dengan masyarakat.<sup>45</sup>

### **3. Deskripsi Lokasi Penelitian**

Lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian terletak di kota Gresik. Alasan pemilihan lokasi ini dikarenakan informasi seputar Kota Gresik tidak hanya tentang industri berkembang pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya tempat wisata, café dan pagelaran seni budaya yang menghiasi tiap sudut kota Gresik. Lokasi penelitian yang akan dipilih peneliti berdasarkan tempat-tempat yang ditentukan sesuai dengan kesepakatan antara peneliti dengan informan. Pemilihan lokasi ini berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

- a. Pemilihan official account instagram @infogresik, dikarenakan akun tersebut merupakan pelopor berdirinya akun informasi kota Gresik pertama yang saat ini telah diikuti sekitar 115ribu followers.

---

<sup>45</sup> Wawancara peneliti dengan Admin akun Instagram @infogresik Langsung. Selasa 24 Oktober 2017 pukul 18:10 WIB

c. Kabupaten Gresik yang merupakan sub wilayah pengembangan bagian (SWPB) tidak terlepas dari kegiatan sub wilayah pengembangan Gerbang Kertosusila(Gresik, Bangkalan, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan). Termasuk salah satu bagian dari 9 sub wilayah pengembangan jawa timur yang kegiatannya diarahkan pada sektor pertanian, industri, perdagangan, maritime, pendidikan dan industri wisata. Dengan ditetapkannya Gresik sebagai bagian salah satu wilayah pengembangan Gerbangkertosusila dan juga sebagai wilayah industri, maka kota Gresik menjadi lebih terkenal dan termashur, tidak saja di persada nusantara tetapi juga ke seluruh dunia yang ditandai dengan munculnya industri multi modern yang patut dibanggakan bangsa Indonesia.

d. Kota Gresik merupakan kota yang mengalami kemajuan yang pesat. Sama seperti kota-kota lain, kota Gresik juga memerlukan *city branding* untuk membuat semua orang mengingat dan juga menarik wisatawan untuk datang ke kota tersebut. Beberapa kota sudah melakukan *branding* seperti "Jogja *Never Ending Asia*", "*Paris Van Java Bandung*", dan juga "Bali Pulau Dewata". Dimana setiap kota-kota tersebut memiliki karakter yang kuat sehingga mampu menarik wisatawan baik lokal maupun asing untuk datang ke kotatersebut.

e. Gresik merupakan kota yang memiliki kebudayaan dan nilai sejarah yang kuat. Gresik sudah dikenal sejak abad ke-11 ketika tumbuh menjadi

jawa. Pembawa dan penyebar agama islam tersebut tidak Maulana Malik Ibrahim yang bersama-sama Fatimah Binti Gresik pada awal abad ke-11.<sup>46</sup>

**Deskripsi Hasil Penelitian**

Dalam penelitian yang telah dilaksanakan mulai hingga Desember melalui *Focus Group Discussion* (F mendalam serta observasi dengan beberapa khalayak di Kota mendapatkan data-data yang sangat bervariasi mengenai ditampilkan akun Instagram @infogresik sebagai media eksistensi diri khalayak di Kota Gresik. Penelitian ini merupakan sebuah *city portrait* dalam ranah komunikasi verbal dan

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilaksanakan mulai bulan Oktober hingga Desember melalui *Focus Group Discussion* (FGD), wawancara mendalam serta observasi dengan beberapa khalayak di Kota Gresik, peneliti mendapatkan data-data yang sangat bervariasi mengenai *city portrait* yang ditampilkan akun Instagram @infogresik sebagai media informasi dan eksistensi diri khalayak di Kota Gresik. Penelitian ini memfokuskan pada sebuah *city portrait* dalam ranah komunikasi verbal dan non verbal serta bagaimana pemaknaan khalayak di Kota Gresik mengenai City Capture yang ditampilkan akun Instagram @infogresik baik bagi khalayak yang sering mengakses akun tersebut untuk mendapat informasi maupun yang tidak.

Budaya modern telah menjadi bagian dari gaya hidup individu saat ini. Potret sebuah kota yang menjadi identitas pun banyak yang mengabadikan dalam bentuk foto maupun video. Saat ini hampir seluruh khalayak di Kota Gresik menggandrungi Instagram. Dan mereka mem*follow* akun Instagram

<sup>46</sup> <http://www..Gresikkab.go.id> diakses pada Sabtu 21 Oktober 2017 pukul 22:13

Gresik sebagai salah satu kota industri terbesar di Pulau Jawa tentunya mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya. Jika berbicara tentang Gresik, hal pertama yang terlintas di pikiran pasti kota yang panas, berdebu, dan gersang. Padahal banyak sisi lain dari kota Gresik yang banyak orang belum mengetahuinya. Gresik mempunyai banyak sekali adat budaya dan tradisi yang masih dilakukan sampai sekarang, Gresik juga memiliki maritim yang indah, seperti yang sekarang populer di banyak media social, Gresik punya pulau Bawean yang siap memanjakan wisatawan dengan keeksotisan pulaunya.

[illegible]

teman demi mendapatkan info terkini mengenai kota Gresik.<sup>47</sup> Berikut ini beberapa paparan data *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara mendalam peneliti dengan khalayak kota Gresik :

1. **Pemahaman Khalayak Tentang *City Portrait* Yang Ditampilkan Akun Instagram @infogresik**

Social media saat ini sudah sangat berkembang pesat. Apalagi Instagram. .media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dengan pengguna Instagram yang lain. Dan kota Gresik memiliki akun Instagram @infogresik yang menampilkan potret kota Gresik dari Gresik barat, timur, utara, sampai selatan.

Dan *City portrait* memiliki peran penting dalam membingkai setiap sudut dari kota Gresik supaya lebih menarik. Bagi khalayak kota Gresik, pemahaman mengenai *city portrait* yang ditampilkan akun Instagram @infogresik merupakan potret kehidupan anak muda saat ini. Dimana kebanyakan dari mereka menikmati suatu informasi jika disertai dengan foto yang menarik.

“yo iku saiki akeh postingane tentang promo-promo makanan, wisata, dll. Terus fotone apik. Kene lak yo poleh tertarik”(Red : ya itu, sekarang postingannya banyak tentang promo-promo makanan, wisata, dll. Dan fotonya juga bagus. Kita kan jadi tertarik)<sup>48</sup>

“Gresik iku asline apik, lho. Tapi lek iso njupuk angle fotone. Akeh nggon sing menarik gawe difoto” (Red : Gresik itu aslinya bagus, Lho.

<sup>47</sup> Wawancara peneliti dengan Mas Irwan pada Selasa 24 Oktober 2017 pukul 18:10 bertempat di WEP Gresik

<sup>48</sup> Wawancara peneliti dengan Prasetyo dikediamannya jl. Banjar baru viiii GKB pada Rabu 13 Desember 2017 pukul 11:50 WIT

Tapi kalau bisa ambil angle foto yang bagus. Banyak tempat yang menarik untuk difoto)<sup>49</sup>

Apa yang dipahami Informan Anni justru unik, ia melihat jikacity capture yang ditampilkan akun Instagram @infogresik sudah tergerus dengan iklan komersil.

“opo dik, saiki @infogresik gak koyok mbiyen. Saiki wes akeh iklane. Malah kadang potret kota Gresik e kelem” (Red : apa dik, sekarang @infogresik tidak seperti dulu. Sekarang sudah banyak iklannya. Malah kadang potret kota Gresiknye tenggelam)<sup>50</sup>

Menurut informan Emir, city portrait yang ditampilkan akun Instagram @infogresik bisa menghasilkan uang karena mempromosikan tempat wisata, tempat makan dan lain sebagainya.

“tak sawang kok saiki lek posting foto tentang Gresik nak akun instagram @infogresik iku dibayar. Modele koyok njaluk tolong ngiklano ngonolo” (Red : saya lihat kok sekarang kalau posting foto di akun Instagram @infogresik itu dibayar. Seperti minta tolong untuk mempromosikan gitu)<sup>51</sup>

Lain halnya dengan Wildan. Ia melihat jika akun Instagram @infogresik sangat *up to date* dan informatif sehingga memberi manfaat bagi dirinya.

“hmm saiki @infogresik iku sing mantau gak mung arek enom tok, wong sing kerjo ambek seneng motret koyok eson iki yo sering mantau @infogresik. Soale yo iku akun sing lumayan *update*. Sedino isok luwih teko 5 postingan. During *snapgram* e sing jare eson manfaat seru” (Red : hmm sekarang @infogresik itu yang memantau tidak hanya anak muda saja, tapi jugapara pekerja seperti saya ini

<sup>49</sup> Wawancara peneliti dengan Ubaidillah melalui Whatsapp pada Rabu 13 Desember 2017 pukul 20:07 WIB

<sup>50</sup> Wawancara peneliti dengan Anni Faidah via telepon pada Jum'at 15 Desember 2017 pukul 15:22 WIB

<sup>51</sup> Wawancara peneliti dengan Emir Abdillah via Whatsapp Jum'at 15 Desember 2017 pukul 18:00 WIB

Lain halnya dengan Mahasiswa semester awal Universitas Narottama Surabaya ini, farijul menganggap jika city portrait yang ditampilkan akun Instagram @infogresik adalah hal yang biasa dilakukan anak muda diusia produktif.

Kemudian menurut Arif, pria yang bekerja sebagai Karyawan dan sekaligus menyukai dunia fotografi memaknai city portrait yang ditampilkan akun Instagram @infogresik sebagai sarana untuk mengapresiasi hasil fotonya

Hampir sama dengan Arif, Informan Desi juga menganggap dengan city portrait yang ditampilkan akun Instagram @infogresik, sekarang banyak

<sup>54</sup> Wawancara peneliti dengan Hidayat Arif via telfon pada Sabtu 16 Desember pukul 21:00 WIB

“enak yo saiki wong-wong podo notice ambek fotografi. terus mesti marani nak nggon wisata anyar sing nak Gresik pas mari weruh teko Instagram @infogresik. Gak mung arek enom-enom tok pisan sing tertarik” (Red : Enak ya sekarang orang-orang notice dengan fotografi. Terus selalu mengunjungi tempat wisata baru setelah mengetahuinya dari postingan Instagram @infogresik. Lagipula tidak hanya anak mudasaja yang tertarik)<sup>55</sup>

“sakjane ngono enak yo onok @infogresik iku. Nguntungno pihak promotor ambek wong sing dipromosino kegiatane. Followerse kan akeh dadi yo sing ndelok postingan promosine pasti tertarik terus akhire tuku. Admin yo oleh duit mergo mari ngiklanno” (Red : sebenarnya adanya @infogresik itu enak. Menguntungkan promoter dan orang yang dipromosikan kegiatannya. *Followers*nya kan banyak jadi ya yang melihat postingan promosi tersebut pasti tertarik dan akhirnya beli. Admin juga mendapat uang karena telah mengiklannya. Simbiosis mutualisme)<sup>56</sup>

“iyo, sistem endorse iki jane akeh untunge lho. Wong dodol dadi gak asal dodol. Wadahe diperhatikno, kualitas produce, regone yo sesuai. Dadi konsumen iku puas.opo maneh followorse @infogresik iku teko semua golongan. Wahhhh tepak wes” (Red : iya, sistem endorse ini sebenarnya banyak untungnya lho. Penjual jadi tidak menjual barang dengan asal. Packagingnya diperhatikan, kualitas produknya, harganya juga sesuai. Konsumen jadi puas. Apalagi *followers* @infogresik itu dari semua golongan. Wah mujuritu<sup>57)</sup>)

<sup>56</sup> Wawancara peneliti dengan Melinda Kurnia diKediamannya di Ds, sembungan Lor no. 66 Kec. Dukun, Gresik pada Minggu 17 Desember 10:09 WIB

[illegible]

## Pemaknaan Khalayak Tentang *City Portrait*

***Yang Ditampilkan Akun Instagram @infogresik***

Sebuah city portrait yang ditampilkan merupakan sebuah teks berstruktur yang terbentuk oleh lambang-lambang (*sign*) dan saling terhubung. Dalam memahami teks dan untuk bisa membacanya diperlukan kemampuan dalam mengartikan tanda-tanda dan strukturnya. Memahami atau *decoding* pesan-pesan tersebut membutuhkan pengetahuan terhadap medium yang berkaitan dan pengetahuan terhadap budaya yang ada pada individu itu sendiri.

Seperti yang dikemukakan Baran & Davis bahwa setiap orang memiliki kecenderungan yang berbeda-beda dalam menginterpretasikan pesan-pesan yang diterima, tergantung dari latar budaya mereka<sup>58</sup>

Berkaitan dengan city portrait yang ditampilkan akun Instagram @infogresik, Informan memaknainya sebagai jasa promosi. Hal ini diperkuat dengan adanya salah satu postingan akun Instagram 2infogresik tentang sebuah tempat makan baru di Gresik.

“lah kan wes jelas lho iki lek promosi dengan melihat salah satu postingan akun Instagram @infogresik). wong captionee njelasno tentang nggon mangan iki. Kan berarti iki dipromosino. Endorse.” (Red : kan sudah jelas kalau ini promosi (dengan melihat salah satu postingan akun Instagram @infogresik). Captionnya saja menjelaskan tentang tempat makan ini. Kan berarti ini dipromosikan. Endorse.)<sup>59</sup>

<sup>58</sup> Stanley J. Baran dan Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan dan Masa Depan Edisi Kelima*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm:12.

<sup>59</sup> Wawancara peneliti dengan Prasetyo dikediamannya jl. Banjar baru viiii GKB pada Rabu 13 Desember 2017 pukul 11:50 WIT

“wong-wong sing seneng upload jepretane terus ditandai nak @infogresik terus direpost kan ben terkenal. Ngerti dewe lah *followers* e @infogresik piro akehe. Delok en iki (menunjuk salah satu foto dalam postingan @infogresik) mari direpost @infogresik pasti *followers* e wong iki nambah” (Red : orang-orang yang suka upload foto jepretannya terus ditandai ke @infogresik terus direpost kan biar terkenal. Tau sendiri lah berapa banyaknya *followers*nya @infogresik. Lihat ini (dengan menunjuk salah satu foto dalam postingan @infogresik) setelah direpost pasti *followers*nya bertambah)<sup>60</sup>

“saiki tempat wisata nang Gresik wes podo rame. Ngeneki yo akun media social koyok @infogresik iki sangat membantu marai tempat wisata iku rame” (Red : sekarang tempat wisata di Gresik sudah ramai. Kalau seperti ini akun media sosial seperti @infogresik itu sangat membantu membuat tempat wisata tersebut ramai)<sup>61</sup>

“awakmu ngerti postingan @infogresik nak Instagram sing nak Bawean ta? Wah tempat iku langsung dadi viralsoale sek during akeh diparani wong. Mergo saiki terkenal yo pemerintah akhire ndandani infrastruktur nak kono. Akses numpak kapal, pesawat kan saiki wes gampang lek pengen nak Bawean” (Red : kamu tau postingan @infogresik di Instagram yang di Bawean tidak? Wah tempat itu sekarang jadi viral kan? Soalnya masih belum banyak dikunjungi orang. Karena sekarang terkenal, jadi pemerintah pun

<sup>61</sup> Wawancara peneliti dengan Hidayat Arif via telfon pada Sabtu 16 Desember pukul 21:00 WIB



“delok en foto iki lo, motret tempat wisata sing sempet booming langsung oleh likes akeh seru kan?@infogresik iki ancene isok ae nggarai wong terkenal titik. Haha” (lihat deh foto ini (menunjuk salah satu foto postingan akun @infogresik), memotret tempat wisata yang sempat booming langsung dapat banyak likes kan? @infogresik memang bisa membuat orang jadi sedikit terkenal. Haha..)<sup>65</sup>

“iki iki foto ruwete pasar gresik sek onok panganan legend, sego rumo. Lek gak onok sing ndokumentasikan ngene, arek generasi mendatang gak bakal weruh segorumu iku opo. Aku ae ngerti teko postingane @infogresik” (Red : inilah, foto semrawutnya pasar Gresik tapi masih adakanan legend. Sego rumo. Kalau tidak ada yang mendokumentasikan gini, anak generasi mendatang tidak akan tahu sego rumo itu apa. Aku aja tahu dari postingannya @infogresik.<sup>66</sup>

“ket akeh wong sing mosting foto potret kota Gresik terus direpost ambek @infogresik, aku saiki onok bahan gawe belajar.kiro-kiro voopo foto sing ketok apik.sing ngetokno Gresik” (sejak banyak

<sup>66</sup> Wawancara peneliti dengan Miya di kediaman Melinda di Ds, sembugan Lor no. 66 Kec. Dukun Gresik pada minggu 17 Desember 2017 pukul 10:30 WIB

## BAB IV

### ANALISIS HASIL PENELITIAN

<sup>67</sup> Wawancara peneliti dengan Emir Abdillah via Whatsapp Jum'at 15 Desember 2017 pukul 18:00 WIB

## Instagram @infogresik Sebagai Media Informasi Dan Eksistensi Diri Khalayak di Kota Gresik

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis resepsi (*reception analysis*) dimana khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretative communities* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang menerima begitu saja makna yang diproduksi oleh media massa<sup>68</sup>.

Media tidaklah lagi dipercaya sebagai sebuah institusi yang memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi khalayak melalui pesan yang disampaikan. Khalayak-lah yang diposisikan sebagai pihak yang memiliki kekuatan dalam menciptakan makna secara bebas dan bertindak atau berperilaku sesuai dengan makna yang ia ciptakan atas teks media tersebut.

Studi mengenai penerimaan media harus menekankan kepada studi mengenai khalayak sebagai bagian dari *interpretative communities* yang selalu secara aktif memproduksi makna atas teks media. Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan untuk menentukan aktif tidaknya khalayak.

<sup>68</sup> Dennis McQuail, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Erlangga, 1996), 19.

pemahaman khalayak Kota Gresik mengenai City Portrait ditampilkan akun Instagram @infogresik. Penjelasan tentang analisis penelitian ini lebih difokuskan pada pemahaman dan pemaknaan khalayak Kota Gresik mengenai City Portrait yang ditampilkan akun Instagram @infogresik sebagai media informasi dan eksistensi diri khalayak Kota Gresik. Berikut ini adalah paparan hasil temuannya:

**a. Pemahaman khalayak tentang *City Portrait* dalam Akun Instagram @infogresik**

**1. Kegiatan Anak Muda, Karyawan, dan Pecinta Fotografi.**

a. Pemahaman khalayak tentang *City Portrait* dalam Akun Instagram @infogresik

1. Kegiatan Anak Muda, Karyawan, dan Pecinta Fotografi.

### 1. Kegiatan Anak Muda, Karyawan, dan Pecinta Fotografi.

Pemahaman khalayak mengenai *city portrait* yang dita

Dengan kemunculan Instagram yang berkembang sang

Hampir semua khalayak yang ditemui peneliti yang sekaligus menjadi *Followers* akun Instagram @infogresik memahami *city portrait* yang ditampilkan akun Instagram @infogresik merupakan keadaan yang biasa dilakukan oleh khalayak usia 16 hingga 25 tahun. Mereka asyik *explore* akun Instagram @infogresik untuk mencari informasi dan membagikannya. Hal ini adalah hal yang wajar dilakukan oleh khalayak dengan usia yang masih produktif.

[illegible]

diperkuat dengan dimana tempat ia bekerja sebagai mel  
hanya anak remaja yang dapat me  
InstagramI@infogresik,namun juga Karyawan yang  
bekerja punmenyempatkan untuk membuka akun Instag

## 2. Endorse

Sebagaian *Followers* akun Instagram @infogresik  
oleh peneliti, memahami bahwasanya potret ko  
ditampilkan dalam city portrait kota Gresik dalam  
@infogresik merupakan sebuah *endorse* atau iklan p  
suatu wilayah. Dimana akhir-akhir ini *city portrait* ya  
melalui *akun Instagram @infogresik* bukan lagi sebuah

## 2. Endorse

Sebagian *Followers* akun Instagram @infogresik oleh peneliti, memahami bahwasanya potret kota ditampilkan dalam city portrait kota Gresik dalam @infogresik merupakan sebuah *endorse* atau iklan pada suatu wilayah. Dimana akhir-akhir ini *city portrait* yang melalui akun Instagram @infogresik bukan lagi sebuah

Sebagian *Followers* akun Instagram @infogresik oleh peneliti, memahami bahwasanya potret kota ditampilkan dalam *city portrait* kota Gresik dalam @infogresik merupakan sebuah *endorse* atau iklan pada suatu wilayah. Dimana akhir-akhir ini *city portrait* yang melalui akun Instagram @infogresik bukan lagi sebuah

Hal ini sebagaimana yang dipahami oleh la tahun yang beralamat di Jalan Kalimantan 119 GKB ya sebagai Wiraswasta dan sekaligus *Freelance Photo* sapaan akrabnya memahami bahwa salah satu ci ditampilkan akun Instagram @infogresik sebagai *endor*

Pernyataan Wildan ini juga diperkuat dan didukung oleh pemahaman ibu Arif dan Emir. Mereka memahami bahwasanya *city portrait* dalam akun Instagram @infogresik selain sebagai informasi seputar kota Gresik, juga sebagai penyalur informasi mengenai promosi-promosi tempat wisata, event, dan juga tempat nongkrong seperti café dan tempat makan. Hal ini juga didukung dengan jumlah *followers* pada akun Instagram @infogresik yang mencapai 115 ribu *followers* urutan pertama yang paling banyak diantara akun-akun informasi kota Gresik lainnya di Gresik.

Begitu pula dipahami oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang beralamatkan di Dsn. nongkoKerep kec. Bungah yang memantau postingan dari akun Instagram @infogresik, ketika *focus group discussion* berlangsung Anni memahami bahwasanya beberapa postingan terakhir akun Instagram @infogresik berisi iklan-iklan produk.

**b. Pemaknaan khalayak tentang *City Potrait* dalam akun Instagram @infogresik**

**1. Eksistensi Hidup Kekinian / *Hits***

Pemaknaan *followers* akun *Citizen Journalism* yang ditampilkan melalui *city portrait* dalam akun Instagram @infogresik berbeda-beda, salah satunya beberapa akun Instagram sejenis @infogresik di Kota Gresik mengenai gaya hidup khalayak memaknai kehidupan social yang

*city portrait* dalam akun Instagram @infogresik sebagai c seseorang yang ingin memperlihatkan ke-*hit*stan dirinya kepada lain. Dimana potret kota yang ditampilkan melalui *city portrait* akun Instagram @infogresik dipahami sebagai keadaan kekinian menjadi suatu *trend* atau *hits* dan eksistensi diri.

Hal yang serupa juga dialami oleh gadis yang gemar *travelling* dan hunting foto, dimana ia memaknai bahwasanya pot yang ditampilkan melalui *city portrait* dalam akun Instagram @inf merupakan gaya hidup seseorang agar terlihat eksis di media Tempat-tempat yang dikunjungi adalah tempat yang sedang *boom* ngetrend.

Hal yang serupa juga dialami oleh gadis yang gemar sekali *travelling* dan hunting foto, dimana ia memaknai bahwasanya potret kota yang ditampilkan melalui *city portrait* dalam akun Instagram @infogresik merupakan gaya hidup seseorang agar terlihat eksis di media sosial. Tempat-tempat yang dikunjungi adalah tempat yang sedang *booming* dan *ngetrend*.

## 2. Jasa Promosi Event

bahwasanya sebagian postingan atau *city portrait* yang Instagram @infogresik mencerminkan jasa iklan yang kegiatan event yang ada di kota Gresik. Bukan sebagai *review* potret kota Gresik.

Hal ini sebagaimana pendapat mahasiswa Muhammadiyah Gresik, Prasetyo, seorang *Intern* Melinda yang disibukkan dengan menjadi *Boutique* memaknai bahwasanya potret kota yang ditampilkan di dalam akun Instagram @infogresik bukan semata-mata atau *mereview* informasi seputar Kota Gresik, namun jasa promosi iklan-iklan Event. Dimana pemilik

Hal ini sebagaimana pendapat mahasiswa Muhammadiyah Gresik, Prasetyo, seorang *Internete* Melinda yang disibukkan dengan menjadi *Boutique* memaknai bahwasanya potret kota yang ditampilkan m dalam akun Instagram @infogresik bukan semata-ma atau mereview informasi seputar Kota Gresik, namun jasa promosi iklan-iklan Event. Dimana pemilik

### 3. Referensi Tempat Wisata dan Tempat Makan di Kota Gresik

Jika beberapa *followers* akun Instagram @infogresik memaknai potret kota yang ditampilkan akun Instagram @infogresik sebagai gaya hidup agar diakui sebagai *hits*, Emir Abdillah yang sudah bekerja di suatu pabrik ternama di Kota Gresik yang sudah hampir 4 tahun ini, justru

memaknai bahwasanya gaya hidup yang *tercover* dalam akun Instagram @infogresik sebagai kehidupan dimana khalayak hanya ingin memberi tahu atau *me-review* tempat wisata maupun tempat nongkrong yang ada di Kota Gresik. Hal ini dilakukan untuk memudahkan orang lain yang sedang mencari tempat *hangeout*, tempat untuk berkumpul bersama keluarga ataupun yang lainnya.

Hal yang sama juga dialami oleh Miya, setiap kali ia dan teman-temannya mengadakan *quality time* dengan *hangout* bersama, akun Instagram @infogresik memudahkan dirinya untuk mencari informasi seputar tempat wisata dan tempat nongkrong di Kota Gresik. Jika Emir dan Miya memaknai sebagai preferensi tempat wisata dan tempat nongkrong di Gresik, mahasiswa yang sedang disibukkan dengan tugas sebagai mahasiswa baru, ia memaknai bahwasanya potret kota yang ditampilkan melalui *city portrait* dalam akun Instagram @infogresik sebagai referensi tempat makan. Farij sapaannya, sangat hobi mencoba berbagai macam tempat makan. Bahkan hampir setiap minggu ia mencari tempat makan yang baru di Kota Gresik. Keberadaan akun Instagram @infogresik sendiri bagi mahasiswi bersuku Jawa sangatlah membantunya untuk mencari resep makanan yang sedang atau lagi *booming*.

#### 4. **Kehidupan Pecinta Fotografi**

Pemaknaan sebagian *followers* akun Instagram @infogresik mengenai potret kota yang ditampilkan melalui *city portrait* dalam akun

Instagram merupakan keadaan yang biasa dialami oleh khalayak yang menyukai kegiatan fotografi. Sebagaimana yang dialami oleh Wildan, ia memaknai bahwasanya kehidupan pecinta fotografi cenderung mengajak ia untuk memotret kota Gresik di berbagai sudut kota Gresik. Terlebih lagi banyak spot foto di kota Gresik yang indah jika diabadikan.

**B. Analisis Data Dengan Teori *Uses and Gratification***

Penelitian ini menekankan pada konstruksi makna yang berasal dari teks dengan penerima. Pesan-pesan yang didistribusikan media selalu bersifat polisemi atau mempunyai makna beragam dan harus diartikan. Sebuah teks yang didistribusikan media memperoleh makna hanya pada saat penerimaan, yaitu ketika teks tersebut dikonsumsi. Dapat dikatakan bahwa audiens merupakan pencipta makna.

Khalayak sebagai audiens bukanlah pecandu kebudayaan yang membaca teks secara pasif. Teks secara umum dapat dibaca berbeda, karena memiliki nilai polisemi. Teks memang memiliki makna sendiri yang semua ditawarkan kepada khalayak, namun audiens seringkali tidak mau hanya menerima makna yang ditawarkan untuk kemudian menegosiasikannya dengan makna dominan yang lain. Dari sini audiens dapat memilih untuk menerima atau memilih untuk memaknai dengan cara yang sama sekali bertolak belakang.

Diantara proses produksi dan teks yang dijalankan oleh media ada sebuah tahap penyandian (*encode*) yang kemudian di pecahkan (*decode*) oleh khalayak ketika mereka menerima teks tersebut. Khalayak



## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai city portrait akun Instagram @infogresik, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- [illegible]

ii.

## Rekomendasi

Sebagai perbaikan dalam tahap penelitian berikutnya maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan, acuan dan pengetahuan tambahan bagi khalayak dalam bermedia sosial *instagram*, sehingga di masa mendatang masyarakat dapat turut serta mengawasi isi media dan lebih kritis terhadap postingan media sosial *instagram* @infogresik khususnya.
- 2) Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian mengenai gaya hidup kulineran, memungkinkan untuk mengkaji gaya hidup kulineran dari beberapa aspek seperti prespektif sosiologi, tindakan komunikasi dan sebagainya, sehingga dapat mengembangkan pengetahuan dan perkembangan riset dalam bidang ilmu komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. Rifa'i, dkk. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.
- Ardianto, Elvinaro & Lukiati K. Erdiyana. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, Sayiful. 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan, Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Baran, Stanley J. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa: Literasi Media dan Budaya, Edisi Kelima Buku Satu*. Jakarta: Salemba Humanika.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa "Melek Media dan Budaya Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies*. London: SAGE Publication.
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi Cetak dan Ketika*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chaney David. 1996. *Lifestyles, Sebuah Pengantar Komprehensi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Durham, Meenakshi Gigi dan Douglas M. Kellner. 2006. *Media and Cultural Studies KeyWords Edisi Revisi*. USA: Blackwell Publishing Ltd.

- Jakarta: Kencana.
- Kuntowijoyo, dkk. 2006. *Lifestyle Ecstasy*. Dalam *Mayarakat Komoditas Indonesia*. Jalasutra.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa (Isi Media Televisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Liliweri, Alo. 2002. *Makna Budaya Dalam Budaya*. Yogyakarta: LKiS.
- Lexi, J. Moleong, 2002. *Metode Penelitian*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Little John, Stephen W. 1996. *Theory of Communication –Fifth Edition*. Te
- Indonesia 1 (Chapter 1-9) dan edisi Indo

Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

\_\_\_\_\_. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu*

*Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Onong Uchya, Efendi. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

\_\_\_\_\_ 2006. “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi” Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

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

Poerwadarminta, W.J.S. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*.  
Jakarta: PN Balai Pustaka. Cetakan ke-5, 1976.

Poerwandari, Kristi. 2007. *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: Salemba Humanika.

Rakhmat, Jalaludin. 2004. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiono, Riyadi. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.

Stoke, Jane. 2006. *How To The Media and Cultural Studies*. Yogyakarta: Bentang.

West Richard dan Lynn H Tuner, 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Buku I edisi ke-3 Terjemahan Maria Natalia Damayanti Maer, Jakarta: Salemba Humanika.

Williams, Kevin. 2003. *Understanding Media Theory*. Britain:

Arnold

Gresikkab.go.id diakses Rabu 18 Oktober 2017

www.trenologi.co, diakses Rabu 18 Oktober 2017

<http://photography.tutsplus.com/articles/top-tips-for-starting-out-with-documentary-photography--photo-9068> diakses pada Sabtu 18 Desember 2017 pukul 13:30 WITA

**Jurnal dan Artikel**

Gresikkab.go.id diakses Rabu 18 Oktober 2017

<http://photography.tutsplus.com/articles/top-tips-for-starting-out-with-documentary-photography--photo-9068> diakses pada Sabtu 9 Desember 2017 pukul 13:30 WITA

## Jurnal dan Artikel

Denzin. Norman K. 1986. "Post Moderns Social Theory". *Jurnal Sociological Theory*, Vol. 4, Nomoer 2. (Autumn, 1986), 194-204

Hadi, Ido Prijana. *Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis*. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Petra. Jurnal Ilmiah vol. 3, No. 1, 2009.

[illegible]

