

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman ini, sudah masuk pada masa perkembangan teknologi yang begitu pesat, terutama pada teknologi *digital*. *Digital* sendiri asalnya dari bahasa Yunani yaitu digitus yang berarti jari jemari. Sejarahnya berawal dari suatu sistem pada masa *digital* kuno layaknya teks tertulis dalam suatu buku dengan alfabet dan beberapa jenis karakter terbatas yang digunakan sebagai simbol. Seiring perkembangan, muncul *kode morse* yang menggunakan kode titik hingga garis dalam menyimbolkan suatu karakter. Metode gelombang atau cahaya adalah media untuk mengirimkan *kode morse*. Setelah *kode morse*, berlanjutlah dengan sistem huruf *braille*, dan ini adalah sistem biner pertama dalam pengkodean karakter. Ditampilkan dengan pola titik yang memakai 6 *bit kode*. Hingga munculnya *semaphore* yang memakai benda lain, dipegang lalu diposisikan pada posisi tertentu untuk mengirim suatu pesan kepada penerima namun berada pada jarak tertentu. Pada akhirnya, keluarlah teknologi modern yang merubah sinyal *analog* dari bunyi hingga menjadi kode informasi elektronik *biner*. Berlanjut ditahun 1980 dan seterusnya, ini suatu proses berubahnya teknologi mekanik dan elektronik *analog* ke teknologi *digital* yang bisa dimanfaatkan hingga saat ini. teknologi digital angkat merubah pandangan publik dalam menjalani kehidupan yang dibidang canggih, karena teknologi digital bisa mempermudah urusan yang cukup berat.

Ditahun 1982 hany sedikit rumah tangga di Amerika sudah memiliki teknologi digital dalam bentuk komputer. Beralih ke tahun 1992, muncul *world wide web* yang dapat digunakan oleh publik sebagai sarana awal mencari informasi melalui teknologi digital yang menggunakan internet, pada akhirnya ditahun 1999 hampir disetiap negara sudah memiliki sambungan internet. Pada tahun 2000, penggunaan komputer pada setiap rumah tangga di Amerika meningkat tajam.

Pada tahun 1997, muncul suatu teknologi diinternet yaitu situs jejaring sosial atau

social media, pada teknologi ini menyediakan fasilitas untuk penggunanya membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia dan bisa mengundang atau menerima pengguna lain untuk menjadi teman di sosial media. Terus berkembang hingga tahun 2000, dan muncul banyak situs sosial media yang dapat digunakan sebagai sarana mencari teman diseluruh dunia. Beberapa diantaranya adalah Friendster, Facebook, dan Twitter yang berlanjut hingga sekarang. Semakin canggih dan berkembangnya teknologi *digital modern*, banyak perusahaan besar yang kagum dan tertarik menghadirkan beragam inovasi baru dalam dunia maya. Teknologi *digital modern* merupakan salah satu kebutuhan pokok yang dapat memenuhi kebutuhan manusia di zaman modern. Zaman yang sangat mudah untuk mengakses informasi secara cepat pada sosial media. Bahkan publik tidak perlu membuka mesin pencarian di internet untuk mencari informasi, hanya dengan menggunakan sosial media dengan aplikasi-aplikasi yang sudah tersedia, publik akan mendapatkan beragam informasi dari akun-akun yang mereka ikuti di sosial media mereka. Semakin berkembangnya situs dan aplikasi sosial media, muncul satu aplikasi sosial media baru yang mulai banyak diminati oleh publik hingga saat ini. Ada banyak sosial media yang disediakan oleh internet, salah satunya Instagram.

Instagram pun menjadi salah satu sosial media yang sangat banyak dipakai oleh pengguna teknologi pada zaman ini. Aplikasi untuk berbagi foto dan video, yang dapat *di edit* menggunakan filter digital dan selanjutnya untuk dibagikan ke jejaring sosial adalah tugas Instagram. Dengan menggunakan smartphone berbasis iOS dan Android kita bisa mendownload dan mengakses Instagram, aplikasi ini dapat di unduh dengan Apple App Store dan Google Play. Instagram juga dapat diakses melalui PC melewati web atau browser. 9 April 2012, Facebook membeli saham Instagram seharga 1 miliar dolar. Instagram sendiri pada awalnya merupakan platform yang dapat berbagi foto pada sosial media. Instagram semakin berkembang sehingga tidak hanya foto, tetapi Instagram dapat menjadi tempat untuk chatting dan berbagi video (Satu Pedang, 2016)

Sosial media Instagram menjadi suatu media untuk *event Developmental Basketball League* menyebarkan informasi kepada publik. *Developmental Basketball League* atau yang lebih dikenal dengan DBL, mulai dibangun pada tahun 2008, DBL menjelma menjadi *event* basket antar sekolah menengah atas terbesar di Indonesia yang diadakan setiap tahun di 30 kota dan 22 provinsi. Awalnya DBL hanya menggunakan media cetak (koran) yang bekerja sama dengan Jawa Pos Group untuk mempromosikan *event* mereka. Namun seiring perkembangan zaman dan dengan nama besarnya, DBL pun gencar melakukan promosi menggunakan sosial media terutama dengan Instagram. Sesuai dengan target pasarnya, DBL menggunakan Instagram agar lebih cepat dan dekat dalam penyebaran informasi kepada remaja.

Dengan berkembangnya zaman, maka berkembang juga pola pikir dan selera anak muda dari waktu ke waktu. Informasi yang disebarkan juga harus mengandung unsur menghibur namun tetap dalam cakupan remaja. DBL harus berfikir keras dan kreatif dalam memberikan informasi yang menarik secara visual dan konten yang tidak melewati batas umur anak muda melalui Instagram, agar anak muda yang mengikuti akun Instagram DBL merasa tertarik untuk dapat berpartisipasi pada *event* besar ini.

Bandung termasuk kota besar yang ada di Indonesia, maka dari itu dengan pola pikir anak muda Bandung yang sudah *modern*, DBL Bandung harus memberikan suguhan informasi menarik yang dikemas dengan postingan kreatif pada akun Instagram DBL Bandung. Namun tetap dalam cakupan pelajar, dengan postingan yang tidak melewati batas umur mereka yang berkisar 16 – 20 tahun. Instagram DBL Bandung berisikan informasi tentang jadwal pertandingan, *update* pertandingan, dan hasil pertandingan selama *event* DBL Bandung berlangsung, serta kegiatan apa saja yang ada pada *event* DBL Bandung seperti kompetisi *dance* dan *games-games* yang ada pada *event* ini. Analisis sangat dibutuhkan untuk mengetahui persepsi visual terhadap konten Instagram DBL Bandung.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

- Instagram DBL Bandung merupakan sarana informasi lewat sosial media yang disebarakan kepada *followers* bahkan publik, namun informasi yang disebarakan begitu banyak, tidak hanya satu konten.
- Pertandingan basket adalah konten utama yang disuguhkan dalam Instagram *event* DBL Bandung, tetapi konten tersebut memiliki banyak aspek di dalamnya, sehingga harus diteliti satu persatu.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah Instagram DBL Bandung yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalahnya ialah, apa saja aspek yang ada pada konten pertandingan basket pada Instagram DBL Bandung melalui persepsi visual?

I.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Konten Instagram yang berubah tiap tahunnya, sehingga yang akan diteliti hanya konten pertandingan basket DBL Bandung dari *semifinal (Big Four)* sampai *final* yang dilaksanakan pada tahun 2019.

Batasan-batasan masalah yang dipaparkan di atas digunakan agar penelitian lebih terfokus terhadap konten dan tahun terakhir Instagram event DBL Bandung yang dilaksanakan tahun 2019, dikarenakan untuk tahun 2020 event DBL Bandung tidak dilaksanakan karena adanya pandemi.

I.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- Maksud dari penelitian ini untuk menelaah sajian visual pertandingan basket pada akun Instagram DBL Bandung pada tahun 2019 yang ditujukan kepada pengguna sosial media Instagram terutama para *followers* DBL Bandung.
- Dapat menganalisis visual konten basket pada Instagram DBL Bandung.

I.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

- Dapat dijadikan suatu referensi untuk konten Instagram event DBL Bandung ditahun yang akan datang agar lebih menarik dalam segi visual
- Dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian lain yang berhubungan dengan penelitian sosial media Instagram.

I.7 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan suatu penelitian, dibutuhkan referensi untuk menggali pengetahuan dan dapat memberitahu teori yang dipakai dalam meneliti sebuah objek. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat menjadi referensi yaitu:

Judul Penelitian	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Manfaat Bagi Penelitian
<i>PEMANFAATAN ANGLE FOTOGRAFI PADA FOTO DOKUMENTASI</i>	Oleh Sani, Dian, Ramdhan 2016	Mempelajari sebuah media visual dengan memperhatikan faktor-faktor yang berhubungan dengan angle kamera	Menjadi referensi untuk menganalisis persepsi visual pada suatu karya fotografi.
<i>PERANCANGAN DESAIN FEED INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI GRAHA COURSE DI INDOKARYA GRAFIKA</i>	Oleh Aulia Unnisa, 2020	Meneliti proses perancangan desain <i>feed</i> Instagram sebagai media promosi	Menjadi referensi untuk menganalisis konsep perancangan desain <i>feed</i> Instagram dengan persepsi visual.

Tabel I.1 Penelitian Terdahulu
Sumber: Data Pribadi

I.8 Metode Penelitian

Metode kualitatif digunakan pada penelitian ini, dimana data yang telah didapat, mengacu pada teori dari buku, jurnal, artikel dan peneliti menjadi instrumen utama yang mendukung penelitian ini, dan dijelaskan ke dalam bentuk kata-kata. Adapun proses pengumpulan data yang didapat, antara lain melalui:

- Buku berjudul PERSEPSI, ditulis oleh Dzul Fahmi, diterbitkan oleh Psikologi Corner, mencari tahu cara pandang diri sendiri (persepsi) terhadap apa yang sedang diamati dan dihadapi dengan konsep diri.
- Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif ditulis oleh Jubilee Enterprise, diterbitkan oleh Elex Media Komputindo, pemilihan buku ini

karena untuk mencari tahu banyak aspek mulai dari belajar mencari hal seru dalam Instagram, membuat slide show foto, dan memposting foto-foto yang menarik.

- Strategi Memenangkan Isu Di Sosial Media, buku yang di tulis oleh Jubilee Enterprise, buku ini mengupas karakteristik Facebook, Twitter, Instagram dan sosial media lainnya. Strategi-strategi teknis seperti mengatur timing, *copywriting*, pembuatan *shareable content*, dan sebagainya untuk memenangkan isu.

Observasi lapangan akan dilakukan di DBL STORE Bandung, Jalan Cihampelas. Dengan tujuan mendapat gambaran mengenai objek yang akan diteliti. Selanjutnya mengumpulkan data melalui metode wawancara dan kuisisioner, untuk wawancara, narasumber yang akan di wawancara nanti yaitu Praba Restu selaku Perwakilan DBL Bandung, dari wawancara ini adalah mencari tahu perjalanan dan perkembangan DBL Bandung.

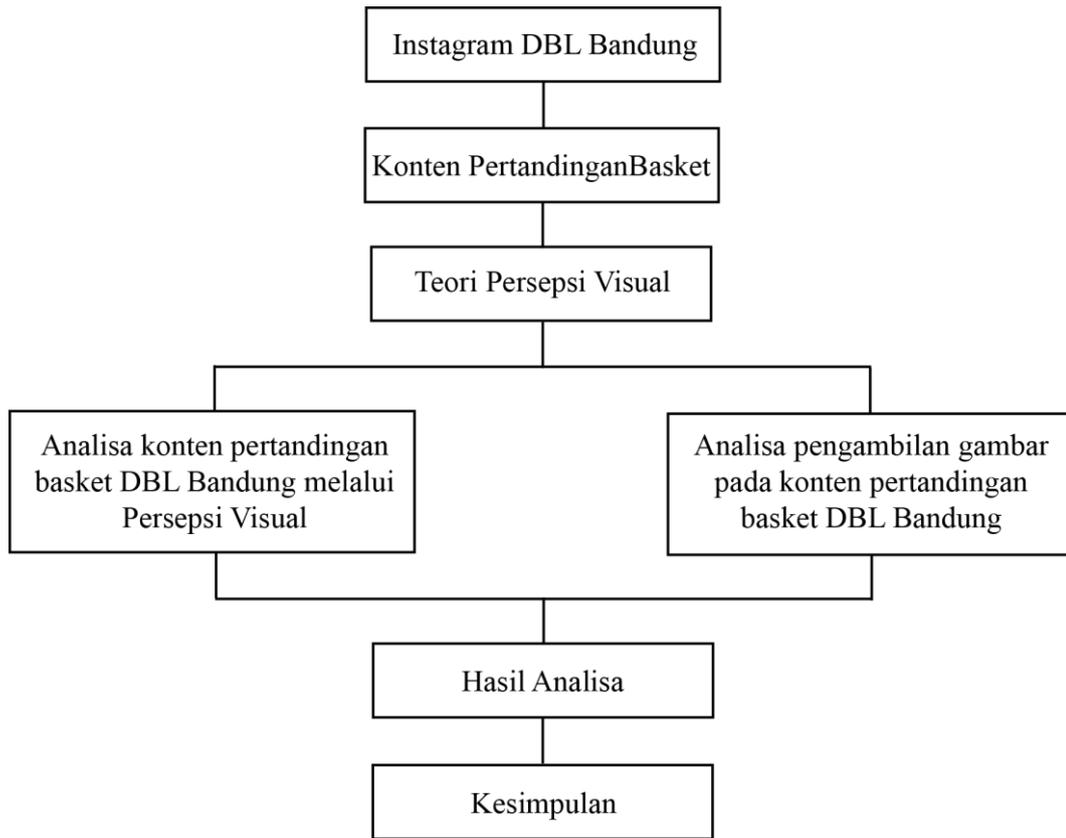
Narasumber selanjutnya yaitu Satrio Jamhur selaku peserta dalam *event* DBL Bandung 2019, tujuan mewawancarai peserta DBL Bandung adalah mencari tahu bagaimana persepsi visual peserta DBL Bandung terhadap konten visual yang disebar menggunakan Instagram DBL Bandung.

Selanjutnya dalam tahapan yang digunakan dalam metode penelitian ini diantaranya adalah:

- Meneliti postingan tahun 2019 pada akun Instagram DBL Bandung.
- Mendeskripsikan dan menganalisa objek konten pertandingan basket yang terkandung dalam visual yang ada pada Instagram DBL menggunakan teori persepsi visual.

I.9 Kerangka Penelitian

Berikut merupakan kerangka penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini:



Tabel I.2 Kerangka Penelitian
Sumber: Data Pribadi

I.10 Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan atau susunan dalam meneliti dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini memaparkan latar belakang masalah yang memuat fenomena dari objek penelitian. Dari Latar belakang masalah, diuraikan secara umum terlebih dahulu dan kemudian dikerucutkan pada pembahasan yang lebih spesifik. Penyusunanya dimulai dari identifikasi masalah yang memaparkan beberapa temuan masalah yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah. Rumusan masalah memuat penelitian masalah utama. Pada batasan masalah membatasi ruang

objek penelitian. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini. Manfaat dari penelitian ini. Dan beberapa penelitian terdahulu. Metode penelitian yang akan digunakan. Mencantumkan kerangka penelitian, hingga sistematika penulisan penelitian.

BAB.II INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI *EVENT*

Pada bab ini, menguraikan tinjauan mengenai definisi internet, definisi sosial media, Instagram, dan Persepsi Visual dari berbagai studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian.

BAB.III INSTAGRAM DBL BANDUNG

Bab ini menjelaskan profil perusahaan DBL Bandung sebagai pelaksana event, serta menjelaskan awal mula terbentuknya Instagram DBL Bandung.

BAB.IV ANALISIS VISUAL KONTEN PERTANDINGAN BASKET PADA INSTAGRAM DBL BANDUNG MENGGUNAKAN TEORI PERSEPSI VISUAL

Pada bab ini, menguraikan proses analisis yang dilakukan untuk melihat persepsi visual pada konten pertandingan basket Instagram DBL Bandung

BAB.V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, memaparkan sebuah kesimpulan sebagai temuan akhir dari penelitian ini, serta memaparkan saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.