

Fenomena Mengunggah Film Pendek di Media Sosial pada Mahasiswa Komunikasi Universitas Islam Riau

Alfi Caniago¹ & Eko Hero²

Universitas Islam Riau^{1&2}

Email Korespondensi: ekohero@comm.uir.ac.id

Diterima: 12-03-2022 Disetujui: 12-03-2022 Diterbitkan: 12-06-2022

Abstrak

Media sosial mempunyai peran besar secara fungsional dan operasional dalam mengkomunikasikan informasi atau mempublikasikan kepada publik atau khalayak yang berada di dunia maya tentang kehidupan mereka yang bersifat positif dan ada juga yang bersifat negatif untuk masyarakat luas. Media sosial menjalankan fungsi komunikasi dengan berinteraksi melalui jaringan internet. Untuk meningkatkan kreatifitas mahasiswa pada saat ini terdapat wadah yang cukup besar yaitu media sosial, karena pada media sosial kita bisa melakukan hal apa saja seperti unggah, komentar, video streaming dan pesan langsung. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui fenomena mengunggah film pendek ke media sosial dan minat mengunggah film pendek ke media sosial. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori interaksi simbolik. Interaksi simbolik menempatkan komunikasi antar manusia pada posisi sentral dan memahami perilaku manusia. Adapun subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ilmu komunikasi angkata 2013. Teknik pengumpulan data adalah wawancara dengan mahasiswa fakultas ilmu komunikasi angkatan 2013, observasi, dan dokumentasi. Fenomena mengunggah sangat marak dan terbantu seiring kemajuan pada teknologi yang semakin canggih, dan rata-rata pada saat ini orang memiliki akun di media sosial. Khususnya remaja sangat berminat dengan media sosial karena, diasana mereka bisa mempublikasikan ide dan kreatif mereka agar dapat cepat dilihat oleh banyak orang.

Kata Kunci: Fenomena, Media Sosial, Interaksi Simbolik

Abstract

Social media has a big role in the functional and operational communicate or publish information to the public or the audience is in the virtual world of the lives of those who are positive and some are negative for the wider community. Social media communication functions by interacting through the Internet. To up to student creativity at this time there is a container that is large enough that

social media, because the social media we can do anything like upload, comment, video streaming and direct messages. The purpose of this study was to determine the phenomenon of short films uploaded to social media and interest upload short films to social media. The theory used in this research is the theory of symbolic interaction. Symbolic Interaction placing human communication in a central position and understand human behavior. The subjects used in this study were students of the faculty of science communication service branch, 2013. The data collection technique was interview with university students of communication science class, 2013, observation, and documentation. Upload very widespread phenomena and helped with the advances in technology are increasingly sophisticated, and the average at this time people have accounts on social media. Especially teenagers are very interested in social media, because in there they can publish their creative ideas and to be quickly seen by many people.

Keywords: *Phenomena, Social Media, Symbolic Interaction*

PENDAHULUAN

Di Indonesia film pendek sampai sekarang masih menjadi sosok yang termarginalkan dari sudut pandang pemirsa. Film pendek Indonesia mulai muncul dikalangan pembuat film sejak munculnya pendidikan sinematografi di IKJ (Institut Kesenian Jakarta). Perhatian para film-enthusiast di era tahun 70-an bisa dikatakan cukup baik dalam membangun atmosfer positif bagi perkembangan film pendek di Jakarta. Tahun 1975 mulai muncul kelompok Sinema Delapan yang dimotori Johan Teranggi dan Norman Benny. Kelompok ini secara simultan terus mengkampanyekan pada masyarakat bahwa seluloid 8mm dapat digunakan sebagai media ekspresi kesenian. Tapi, tetap saja hal itu tidak berlangsung lama karena Forum Film pendek hanya berlangsung selama dua tahun saja. Secara garis besar, keadaan film pendek di Indonesia memang dapat dikatakan ironis. Karena film pendek Indonesia hampir tidak pernah tersampaikan ke pemirsa lokal-nya secara luas karena miskinnya ajang eksepsi dalam negeri. Di sisi lain, di dunia internasional film pendek Indonesia cukup mampu berbiacara dan eksis. Dari sejak karya-karya Slamet Rahardjo, Gatot Prakosa, Nan T. Achnas, Garin Nugroho, sampai ke generasi Riri Riza dan Nanang Istiabudi.

Dalam kemajuan alat komunikasi pada saat ini ada beberapa film pendek atau video di media sosial yang sudah memiliki viewers sangat banyak seperti indovidgram, Agung hapsah, eka gustiwana, raditya dika dan color media factory yang memenangkan tempat ke 2 di bagian festival film pendek internasional Dubai. Color media factory dengan filmnya yang berjudul "72 kg" dibuat hanya dengan seperangkat smartphone.

Melalui sebuah perangkat smartphone tersebut memungkinkan penggunaanya untuk mengunduh berbagai aplikasi yang diinginkan ketika tersambung dengan jaringan internet. Aplikasi yang bisa didapatkan salah satunya mengenai jejaring sosial. Jejaring sosial yang umum digunakan mahasiswa media massa fakultas ilmu komunikasi untuk mengunggah film pendek atau video seperti Instagram, Path, dan You-Tube.

Salah satu mahasiswa yang mengunggah film pendek adalah mahasiswa di fakultas ilmu komunikasi yang menuntut mahasiswa/i untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang kreatif. Ini merupakan salah satu faktor menjangkitnya dan banyaknya mahasiswa yang melakukan peng-unggahan baik itu, video, design, gambar, maupun aktivitas kesehariannya. Aktivitas antara pengguna dengan akun inilah yang menjadi daya tarik peneliti melihat fenomena dan sebuah permasalahan tentang interaksi simbolik untuk diteliti lebih dalam. Didukung dengan adanya beberapa mahasiswa fakultas ilmu komunikasi yang mengunggah film pendek atau video ke sebuah media sosial, dan penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang dituangkan ke dalam skripsi dengan judul: "Fenomena Mengunggah Film Pendek Ke Media Sosial"

KERANGKA TEORI

Fenomenologi.

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai*, yang berarti 'menampak' dan *phainomenon* merujuk pada 'yang menampak'. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinch. Meskipun demikian pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl. Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak. Dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain) (Kuswarno, 2009). Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya (Littlejohn 2009).

Fenomena yang tampak adalah refleksi dari realitas yang tidak dapat berdiri sendiri, karena ia memiliki makna yang memerlukan penafsiran yang lebih lanjut. Tokoh-tokoh fenomenologi ini diantaranya Edmund Husserl, Alfred Schutz dan Peter. L Berger dan lainnya. Terdapat dua garis besar di dalam pemikiran fenomenologi, yakni fenomenologi transsidental seperti yang digambarkan dalam kerja Edmund Husserl dan fenomenologi sosial yang digambarkan oleh Alfred Schutz. Menurut Deetz (Ardianto,dkk, 2007) dari dua garis besar tersebut (Husserl dan Schutz) terdapat tiga kesamaan yang

berhubungan dengan studi komunikasi, yakni pertama dan prinsip yang paling dasar dari fenomenologi – yang secara jelas dihubungkan dengan idealism Jerman – adalah bahwa pengetahuan tidak dapat ditemukan dalam pengalaman eksternal tetapi dalam diri kesadaran individu. Kedua, makna adalah derivasi dari potensialitas sebuah objek atau pengalaman yang khusus dalam kehidupan pribadi. Esensinya, makna yang beraal dari suatu objek atau pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan kejadian tertentu dalam hidup. Ketiga, kalangan fenomenolog percaya bahwa dunia dialami – dan makna dibangun – melalui bahasa. Ketiga dasar fenomenologi ini mempunyai perbedaan derajat signifikansi, bergantung pada aliran tertentu pemikiran fenomenologi yang akan dibahas.

Internet.

Internet adalah hubungan atau koneksi dari satu komputer ke komputer lainnya diseluruh dunia melalui server dan router terdedikasi (kbbi.web.id). Pada tahun 1957, melalui Advanced Research Projects Agency (ARPA), Amerika Serikat bertekad mengembangkan jaringan komunikasi terintegrasi yang saling menghubungkan komunitas sipil dan militer. Hal tersebut dilatar belakangi oleh terjadinya perang dingin antara Amerika Serikat dan Uni Soviet. Penemuan packet switching oleh ARPA pada tahun 1960 menjadi tonggak sejarah perkembangan internet di dunia. Packet switching merupakan suatu teknik komunikasi data yang terjadi pada protokol WAN. Mekanismenya, data ditransmisikan dalam paket-paket data. Apabila terdapat suatu data atau pesan panjang yang melebihi kapasitas, transmisi akan dipotong menjadi beberapa paket kecil. Selain itu, packet switching juga memungkinkan jaringan melakukan banyak koneksi dalam waktu bersamaan. Kelebihan-kelebihan tersebut membuat masyarakat Amerika Serikat mengganti sambungan telepon publik yang mereka miliki dari circuit switching menjadi packet switching.

Perkembangan terbesar selanjutnya adalah terbangunnya aplikasi world wide web pada tahun 1990 oleh Tim Berners Lee. Aplikasi world wide web (www) menjadi konten yang dinanti semua pengguna internet. www membuat semua pengguna dapat saling berbagi bermacam-macam aplikasi atau konten, serta saling mengaitkan materi-materi yang tersebar di internet. Sejak saat itu pertumbuhan pengguna internet pun meroket (Nurudin, 2012:50)

Penggunanya kini mencakup berbagai kalangan, para pengelola media massa (penerbit surat kabar dan majalah, radio siaran, dan televisi), penerbit buku, artis, guru dan dosen, pustakawan, penggemar komputer, dan pengusaha. Alasan penggunaannya pun beraneka ragam, mulai sekedar untuk berkomunikasi hingga mengakses informasi dan data yang penting. Nilai yang ditawarkan kan internet dapatlah dikias kan sebagai jalan raya dengan transportasi berkecepatan tinggi yang memperpendek perjalanan,

ataudiibaratkan sebuah perpustakaan yang dapat dikunjungi setiap saat, dengan kelengkapan buku, sumber informasi, dan kemungkinan penelusuran informasi tak terbatas, atau sebagai sebuah jamuan pesta semalam suntuk dengan penerima tamu yang siap menyambut kehadiran tamu undangan setiap saat (Ardianto, 2009)

Media Sosial.

Kemunculan teknologi internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan media sosial di masyarakat. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi yang berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Melalui media sosial, setiap hari bisa membuat, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto dan video (Nurudin, 2012). Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan sebuah mobile phon. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan adanya fenomena besar terhadap arus informasi tidak halnya dengan negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga tampak menngantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita.

Lebih lanjut McQuail menyatakan bahwa media sosial baru menembus keterbatasan media cetak dan penyiaran dengan kemampuan many to many conversation, kemampuan penerimaan, perubahan dan distribusi obyek cultural, dislokasi tindakan komunikatif, menyediakan kontak global secara instant, dan memasukan obyek modern ke dalam seperangkat mesin berjaringan.

Media sosial adalah sebuah media online, pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun Web 2.0 ideologi dan teknologi, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”. Menurut Chris Garrett media sosial adalah alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang dengan satu sama lain dan memiliki kepentingan atau kepentingan yang sama. Ada beberapa ciri-ciri dari media sosial adalah sebagai berikut: (a) Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet; (b) Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper; (c) Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya; (d) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Film Pendek.

Pengertian Film adalah merupakan media elektronik paling tua daripada media lainnya, apalagi film telah berhasil mempertunjukkan gambar-gambar hidup yang seolah-olah memindahkan realitas ke atas layar besar. Keberadaan film telah diciptakan sebagai salah satu media komunikasi massa yang benar – benar disukai bahkan sampai sekarang. Lebih dari 70 tahun terakhir ini film telah memasuki kehidupan umat manusia yang sangat luas lagi beraneka ragam. (Liliweri, 1991)

Film pendek merupakan primadona bagi para pembuat film independen. Selain dapat diraih dengan biaya yang relatif lebih murah dari film cerita panjang, film pendek juga memberikan ruang gerak ekspresi yang lebih leluasa. Meski tidak sedikit juga pembuat film yang hanya menganggapnya sebagai sebuah batu loncatan menuju film cerita panjang.

Film pendek ialah salah satu bentuk film paling simple dan paling kompleks. Di awal perkembangannya film pendek sempat dipopulerkan oleh comedian Charlie Chaplin. Secara teknis film pendek merupakan film yang memiliki durasi dibawah 50 menit. Mengenai cara bertuturnya, film pendek memberikan kebebasan bagi para pembuat dan pemirsanya, sehingga bentuknya menjadi sangat bervariasi. Film pendek dapat saja hanya berdurasi 60 detik, yang penting ide dan pemanfaatan media komunikasinya dapat berlangsung efektif. Yang menjadi menarik justru ketika variasi-variasi tersebut menciptakan cara pandang-cara pandang baru tentang bentuk film secara umum, dan kemudian berhasil memberikan banyak sekali kontribusi bagi perkembangan sinema.

Pada hakikatnya film pendek bukan merupakan reduksi dari film dengan cerita panjang, atau sebagai wahana pelatihan bagi pemula yang baru masuk ke dunia perfilman. Film pendek memiliki ciri/karakteristik sendiri yang membuatnya berbeda dengan film cerita panjang, bukan karena sempit dalam pemaknaan atau pembuatannya lebih mudah serta anggaran yang minim. Tapi karena film pendek memberikan ruang gerak ekspresi yang lebih leluasa untuk para pemainnya.

Bagian ini berisi tentang teori atau konsep yang digunakan sebagai landasan penelitian. Sub judul teori/konsep yang digunakan tidak perlu menggunakan sistem penomoran, cukup di bold pada baris tersendiri. Seluruh isi teori yang memiliki poin-poin dalam pembahasannya cukup disajikan dalam bentuk paragraf. Teori-teori yang digunakan harus merujuk pada referensi terkini dan diutamakan merujuk dari jurnal.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Tipe penelitian yang digunakan dalam suatu penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode yang digunakan untuk menemukan pengetahuan terhadap subjek penelitian pada suatu saat tertentu. Kata deskriptif berasal dari bahasa latin “descriptive” yang berarti uraian. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai subjek penelitian dan perilaku subjek penelitian pada suatu periode tertentu. Penelitian deskriptif berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya saat penelitian dilakukan. (dalam Mukhtar, 2013)

Subjek pada penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau angkatan 2013. Pada saat ini terhitung 156 mahasiswa/i di FIKOM angkatan 2013, terdiri dari 110 laki-laki, 46 perempuan dan 89 berada di bidang konsentrasi Humas, 35 di konsentrasi Media Massa (sumber IT Fikom). Sehingga penulis menetapkan 5 orang mahasiswa/i sebagai informan penelitian, 3 dari 5 orang informan adalah mahasiswa yang ada di komunitas audio visual fikom (AVF) yang dimasukan sebagai informan, Lima informan yang dipilih dianggap dapat mewakili keseluruhan dari mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau angkatan 2013. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini yaitu fenomena meng-unggah film pendek ke media sosial pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi angkatan 2013 Universitas Islam Riau.

Penelitian ini dilakukan penulis di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Fakultas Ilmu Komunikasi (angkatan 2013) yang terletak di jalan Kaharudin Nasution No. 113 Pekanbaru. Sedangkan waktu penelitian ini dimulai dari April-September 2016 (lebih kurang 6 bulan). Burhan Bungin dalam bukunya Analisis Data Penelitian Kualitatif mengemukakan analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam metode ilmiah, karena dalam analisis data tersebut dapat diberi artti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian.

Maksud analisis data adalah proses pengumpulan data dan mengurutkannya kedalam pola dan pengelompokan data. Dalam proses analisis data penulis menelaah semua sumber data yang tersedia, yang bersumber dari observasi dan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa jurusan media massa fakultas ilmu komunikasi. Pada tahap akhir analisis data ini penulis mengecek keabsahan data yang ada, agar menghasilkan data-data yang konkrit dan bisa di pertanggungjawabkan.

PEMBAHASAN

Mahasiswa fakultas ilmu komunikasi angkatan 2013 adalah remaja yang sedang mencari jati dirinya dan cenderung melakukan hal-hal baru yang mereka temukan. Fenomena mengunggah ini merupakan pengalaman yang sering remaja lakukan semenjak maraknya media sosial. Dari sebuah fenomena tersebut munculah teori komunikasi interaksi simbolik, melalui interaksi simbolik fenomena mengunggah mahasiswa ilmu komunikasi ditemukan pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain atau komunikasi. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktifitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi dan pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2008).

Konsep dasar dari para ahli tentang interaksi simbolik maka berikut adalah hasil dari pembasan peneliti :

Konsep Diri

Sebelum melakukan aktivitas unggah mereka pasti mengetahui apa saja kelebihan dirinya, hobi, atau kesenanganya untuk menumakn ide yang akan di unggah. Seperti yang saya kutip dari wawancara dengan salah satu informan yang mengatakan "sekarang kan saya lagi hobi meracik kopi ke banyakan video-video pembuatan kopi yang saya unggah" dengan mengatakan seperti itu maka dia sudah menganal apa yang menjadi konsep dirinya dengan tujuannya tersendiri.

Konsep Perbuatan.

Dengan banyak berinteraksi di media sosial maupun di luar media sosial adalah salah satu pengaruh untuk melakukan atau membuat film pendek. Seperti sering menonton di you-tube atau instagram bisa menimbulkan minat atau aksi ingin melakukan hal yang sama.

Konsep Objek.

Apa saja yang ada dilingkungan sekitarnya adalah objek bagi minat. Objek dapat bersifat fisik seperti kursi, khayalan, atau kebendaan yang bersifat abstrak seperti konsep kebebasan. Objek bisa menimbulkan minat, karena apapun bisa saja menjadi ide kreatif untuk membuat film pendek yang akan mereka unggah ke media sosial. Seperti yang dikatakan Widjaja (2000:45) tentang ciri-ciri minat yang dapat berubah-ubah(situasional atau temporal).

Konsep Interaksi Sosial.

Di dalam konsep ini jelas di butuhkan interaksi sosial untuk mencapai komunikasi dan melihat fenomena yang terjadi pada mahasiswa fakultas ilmu komunikasi angkatan 2013.

Konsep Tindakan Bersama.

Di sini di jelaskan adanya penyerasian banyaknya arti, tujuan, pikiran, dan sikap. Di media sosial jika kita sudah melakukan unggah film pendek maka akan mendapat respon seperti, viewers, comment, love, like, maupun subscribe istilah di youtu-tube. Maka di media sosial terdapat sesuatu tindakan yang membuat kita banyak mendapat arti, tujuan dan sikap yang berbeda-beda bisa bersifat positif maupun negatif.

Penghargaan atas dirinya juga turut serta dalam memberikan pengaruh dan minat terhadap seseorang. Begitupula dengan fenomena mengunggah film pendek ke media sosial ini menurut pengakuan informan, fenomena ini sangat memberikan hal positif terhadap minat dirinya. Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu: (2) Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak; (b) Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka inginkan arah kebarat tapi kita memberikan jakur ke timur; (c) Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus di ingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya; (d) Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat atau komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaikbaiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan (Effendy. 2012)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Hampir dari semua jawaban informan terdapat didalamnya unsur-unsur dari adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat seperti terjadinya sesuatu hal yang menarik, terdapatnya kontras yaitu antara hal yang satu dengan hal yang lainnya sehingga apa yang menonjol itu menimbulkan perhatian, dan terdapatnya harapan akan mendapatkan keuntungan atau mungkin gangguan

dari hal yang dimaksud. Di mulai dari dirinya yang menimbulkan sesuatu yaitu bangkitnya perhatian dari akun-akun yang ada di media sosial, apabila perhatiannya sendiri terbangkitkan oleh media sosial maka selanjutnya akan diikuti dengan upaya menumbuhkan minat yang merupakan lanjutan dari perhatian. Layak nya mahasiswa angkatan 2013 adalah remaja yang sedang berkembang akan memiliki minat yang sangat tinggi terhadap yang baru.

Peneliti dapat menganalisa dari bahwa fenomena mengunggah film pendek ke media sosial merupakan proses komunikasi atau pengalaman yang terjadi pada diri sendiri dan orang lain di media sosial dengan maksud memberikan informasi, kepuasan diri, dan minat yang tumbuh dalam membuat film pendek. Mengingat mahasiswa yang masih berusia remaja cenderung melakukan hal-hal baru dan mengexplorenya kepada orang lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan selama 2 bulan dapat disimpulkan bahwa fenomena mengunggah film pendek ke media sosial yang terjadi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2013 Universitas Islam Riau yaitu sangat marak di kalangan mahasiswa fakultas ilmu komunikasi. Karena mereka merasakan kepuasan tersendiri setelah melakukan pengunggahan ke media sosial. Fenomena mengunggah ini juga sangat terbantu karena adanya smartphone yang lebih mempermudah untuk melakukan unggahan film pendek, serta banyaknya aplikasi-aplikasi editing di smartphone yang lebih membuat mahasiswa lebih gampang mengedit film pendeknya yang akan mereka unggah ke media sosial. Dan fenomena mengunggah film pendek ke media sosial ini sangat cepat berkembangnya terlihat pada setiap akun-akun media sosial mereka maksimal ada 2 film pendek yang diunggah oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2013 Universitas Islam Riau.

Minat mengunggah film pendek ke media sosial Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2013 Universitas Islam Riau yaitu cukup tinggi, karena mahasiswa pada tingkat itu adalah remaja yang sedang mempunyai kesenangan dengan hal barunya dengan memberikan perhatian lagi dan wadah yang tepat kepada mereka. Mereka melakukan pengunggahan dengan tujuan hobi, ingin terkenal, jualan, atau untuk mendapatkan sesuatu seperti like, viewers, comment, followers dan subscribe. Mereka berminat membuat film pendek dan kemudian mengunggahnya ke media sosial juga termotivasi oleh akun-akun yang ada di media sosial yang hanya khususnya mengunggah film pendek, itulah yang membuat minat mereka bertambah untuk melakukan pengunggahan film pendek ke media sosial. Dan jika viewers atau like pada film pendek yang mereka unggah banyak ada perasaan puas untuk membuat dan mengunggah nya kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Lukikati Komala dan Siti Karlinah 2009. Komunikasi massa suatu pengantar (edisi revisi). Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2005. Analisis data penelitian kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Caniago, A., & Hero, E. (2022). Fenomena Mengunggah Film Pendek di Media Sosial pada Mahasiswa Komunikasi Universitas Islam Riau. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 24–35. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/49>
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. Ilmu komunikasi suatu teori dan praktik. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT.CitraAdityaBakti.
- Maysaroh, M., Fitri, A., & Qurniawati, E. F. (2022). Pengaruh Iklan di Facebook Terhadap Minat Beli Siswa di Kabupaten Rokan Hulu. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 1–11. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/2>
- Maulina, D., & Aslinda, C. (2022). Komunikasi Interpersonal Orang Tua Pengguna Facebook dalam Memotivasi Prestasi Anak di Desa Sedinginan. *Journal of Social Media and Message*, 1(1), 47–60. Retrieved from <https://journal.rc-communication.com/index.php/JSMM/article/view/5>
- Javandalasta, Panca. 2011. 5 Hari Mahir Bikin Film. Jakarta: Java Pustaka Group.
- Moleong, Lexy. J. 2005. Metode penelitian kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. 2013. Metode praktis penelitian deskriptif kualitatif. Jakarta: Referensi.
- Morrisan M.a. 2008. Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: Perdana Media Grup.
- Mangkunegara, A. P. 2005. Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin. 2015. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rahman, Abdul Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab. 2004. Psikologi suatu pengantar (dalam perspektif islam). Jakarta: Kencana

Soehartono, Irawan. 2008. Metode Penelitian Sosial. Bandung: Remaja Rosdakarya.