

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian-penelitian serupa yang lebih dulu dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk melengkapi penelitian yang lebih dulu dengan menggunakan penelitian terbaru yang dilakukan oleh penulis. Maka dalam kajian Pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

NO	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	“Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif pada Founder dan Followers @nganjukkotabayu)” ¹	Moh. Ali Ma’ruf 2017	Pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian Studi Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> Tahap Strategi yang digunakan oleh @nganjukkotabayu adalah memilih komunikator, menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, penyusunan pesan, memilih media dan saluran komunikasi, produksi media, uji awal materi komunikasi, penyebarluasan media komunikasi, menganalisis efek komunikasi, memobilisasi kelompok berpengaruh, penetapan rencana anggaran,

¹ Moh. Ali Ma’ruf, “Analisa Penggunaan Instagram Media Informasi Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif pada Founder dan Followers @nganjukkotabayu)”, (Yogyakarta 2017)

				<p>evaluasi dalam audit komunikasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fitur Instagram yang digunakan oleh @nganjukkotabayu adalah post, caption, hastag (#), tag, collections, mention dan arroba (@) • @nganjukkotabayu melakukan beberapa hal untuk mensukseskan penyampaian informasi yaitu dengan cara mencari foto-foto terbaik dari semua contributor dan memberi caption yang menarik, membuat konten menjadi lebih informatif, persuasive, dan edukatif.
2	<p>“Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar”²</p>	<p>Irham 2014</p>	<p>Pendekatan Kuantitatif dengan Jenis Penelitian Deskriptif</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dalam mengakses jejaring sosial facebook. Mahasiswa jurusan ilmu perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar lebih banyak menggunakan laptop dengan presentase 54,17% • Tingkat Pemanfaatan facebook sebagai media informasi jurusan Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Makassar cukup tinggi dengan rata-

² Irham, “Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar”, (Makassar 2014)

				rata 15,12 atau sekitar 31,52%
3	“Pemanfaatan Instagram Terhadap Pemenuhan Informasi Dakwah Islam di Kalangan Remaja Kelurahan Kenangan Baru, Perumnas Mandala, Medan” ³	Muhammad Hafidh 2018	Pendekatan Korelasi dengan menggunakan Teknik Purposive Sampling dan Accidental Sampling	<ul style="list-style-type: none"> • Akses akun dakwah untuk memenuhi informasi dakwah islam melalui instgram merupakan media yang sering digunakan oleh Remaja Islam Kelurahan Kenangan Baru, Perumnas Mandala, Medan berdasarkan ketertarikan mereka mereka terhadap aplikasi dan layout Instagram sebanyak 69,1% dari total responden yang menggunakan Instagram menyatakan sering menggunakan Instagram. • Para Remaja Islam Kelurahan Kenangan Baru, Perumnas Mandala, Medan menggunakan fitur mencari video dari Instagram untuk mendapatkan informasi dakwah islam. Karena Instagram memiliki fitur membagikan video berdurasi 1 menit.

³ Muhammad Hafidh, “Pemanfaatan Instagram Terhadap Pemenuhan Informasi Dakwah Islam di Kalangan Remaja Kelurahan Kenangan Baru, Perumnas Mandala, Medan”, (Medan 2018)

4	<p>“City Potrait Akun Instagram @infogresik Sebagai Media Informasi dan Eksistensi Diri Khalayak di Kota Gresik”⁴</p>	<p>Nandika Yunita Sari Sadi 2018</p>	<p>Pendekatan Kualitatif dengan Jenis Penelitian Studi Deskriptif</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Potret kota Gresik yang ditampilkan akun Instagram @infogresik dipahami khalayak Kota Gresik yang dalam hal ini adalah followers akun Instagram @infogresik sebagai gaya hidup yang biasa dialami dan dilakukan oleh anak muda dan pecinta fotografi, namun tidak menutup kemungkinan dilakukan oleh Pekerja. • sebagai eksistensi hidup kekinian atau hits, Jasa promosi Event, Referensi Tempat Wisata dan Tempat Makan di Kota Gresik, Kehidupan Pecinta Fotografi
5	<p>“Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo” Tahun 2020⁵</p>	<p>Fitri Alam Nasyroh 2020</p>	<p>Pendekatan Kualitatif dengan Jenis Penelitian Studi Deskriptif</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi akun @infoponorogo dalam mendapatkan informasi yaitu dengan melakukan strategi komunikasi yang terarah mulai dari pemilihan konten, penetapan komunikator, dan penentuan target sasaran. • Dalam pengolahan informasi, pembuatan

⁴ Nandika Yunita Sari Sadi, “City Potrait Akun Instagram @infogresik Sebagai Media Informasi dan Eksistensi Diri Khalayak di Kota Gresik”, (Surabaya 2018)

⁵ Fitri Alam Nasyroh, “Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo”, (Ponorogo 2020)

				<p>caption serta penyusunan pesan sangat berpengaruh terhadap proses penyampaian informasi. Akun @infoonorogo dalam membuat caption selalu menekankan sisi informatif dan edukatif dengan pemilihan foto yang sesuai dengan informasi yang akan di publikasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penyebarluasan informasi yang dilakukan akun @infoonorogo tidak hanya melalui posting di halaman utama atau feed, tetapi juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram yang lain seperti instastory dan Instagram TV guna untuk menemukan feedback atau umpan balik dari followers. Dalam penyebarluasan pesan akun @infoonorogo ditemukan feedback positif dan negatif yang dapat dilihat melalui komentar dan fitur insight. Fitur insight ini membantu dalam kegiatan evaluasi
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				terhadap informasi yang dipublikasi.
--	--	--	--	--------------------------------------

Dalam penelitian terbaru yang dibuat penulis terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu, Adapun persamaan dan perbedaannya adalah sebagai berikut:

NO	PENELITI	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Moh. Ali Ma'ruf	ANALISA PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI KABUPATEN NGANJUK (Studi Deskriptif Kualitatif pada founder dan followers @nganjukotabayu)	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan Instagram sebagai media yang dilibatkan dalam Penelitian Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. 	<ul style="list-style-type: none"> Jenis Informasi yang ingin disampaikan oleh akun Instagram pilihan peneliti yang membedakan penelitian ini.
2	Irham	PEMANFAATAN FACEBOOK SEBAGAI MEDIA INFORMASI MAHASISWA JURUSAN ILMU PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan Media Sosial sebagai masalah atau fenomena yang ingin diteliti. Menggunakan metode Deskriptif 	<ul style="list-style-type: none"> Media Sosial yang digunakan dalam kedua penelitian berbeda. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Kuantitatif. Metode pengumpulan

				data yang digunakan kedua penelitian berbeda.
3	Muhammad Hafidh	PEMANFAATAN INSTAGRAM TERHADAP PEMENUHAN INFORMASI DAKWAH ISLAM DI KALANGAN REMAJA KELURAHAN KENANGAN BARU, PERUMAHAN MANDALA, MEDAN	<ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama menggunakan media sosial Instagram sebagai fenomena yang diangkat dalam penelitian. 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode Penelitian • Pendekatan dalam Penelitian • Perbedaan Informasi yang dibahas pada akun Instagram
4	Nandika Yunita Sari Sadi	CITY POTRAIT AKUN INSTAGRAM @infogresik SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN EKSISTENSI DIRI KHALAYAK DI KOTA GRESIK	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan Media sosial Instagram sebagai fenomena yang ingin diteliti. • Menggunakan Penelitian Kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode Penelitian yang berbeda, penelitian Nandika menggunakan Metode Resepsi Analisis atau Reception Analysis. • Informasi yang disampaikan Akun Instagram pilihan peneliti.
5	Fitri Alam Nasyroh	STRATEGI PENGELOLAAN INSTAGRAM @infoonorogo SEBAGAI MEDIA INFORMASI TENTANG KABUPATEN	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan Penelitian Kualitatif Deskriptif • Menggunakan media sosial Instagram sebagai 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan Informasi yang disebarluaskan oleh akun Instagram pilihan peneliti.

		PONOROGO	fenomena yang ingin diteliti.	
--	--	----------	-------------------------------	--

Perbedaan antara penelitian terdahulu yang disebutkan di atas dengan penelitian sekarang adalah penggunaan Pendekatan Penelitian, Jenis Penelitian, Media Sosial yang digunakan, dan Informasi yang dibagikan, karena tidak semua penelitian di atas menggunakan Pendekatan Penelitian Kualitatif dengan Jenis Deskriptif, karena ada yang menggunakan Pendekatan Penelitian Kuantitatif dan Metode Resepsi Analisis, dan tidak semua penelitian menggunakan Instagram sebagai Media Sosial yang ingin diteliti. Persamaannya adalah penggunaan Media Sosial sebagai Sarana berbagi Informasi.

2.2 Kajian Kepustakaan

Kajian Kepustakaan adalah Referensi bacaan yang dibaca peneliti dan menggabungkan teori-teori yang berkaitan dalam membuat sebuah penelitian. Penelitian membutuhkan kejelasan titik tolak atau landasan berfikir untuk memecahkan masalah dan meneliti masalah dalam penelitiannya. Mencari landasan teori merupakan cara untuk menyelesaikan penelitian dengan penjelasan yang didapatkan dari data-data atau informasi yang sudah ada sebelumnya, sehingga bisa terjadi penelitian-penelitian lainnya. Adapun teori yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

2.2.1 New Media

2.2.1.1 Pengertian New Media

Teori New Media dikembangkan oleh Pierre Levy, mengatakan bahwa New Media adalah peralihan atau perkembangan dari media konvensional ke media baru atau *new media* yaitu memasuki media dengan era digital⁶. Media Baru dapat disimpulkan adalah media interaktif yang menggunakan perangkat dasar komputer⁷. Dengan penjelasan tertulis di atas Penulis menggunakan teori *New Media*, karena Riliv menggunakan media baru yaitu media sosial *Instagram* yang berbasis computer atau internet untuk memperkenalkan dan mengoperasikan Riliv sebagai media informasi tentang Kesehatan Mental di Indonesia, menggunakan fitur-fitur yang terdapat pada Instagram, dan dilakukan seefektif mungkin agar tersampaikan dengan baik.

2.2.1.2 Karakteristik New Media

New Media atau media baru adalah media yang memiliki karakteristik berbeda dengan media pendahulunya, karakteristik Media Baru adalah sebagai berikut:

1. Dapat diubah atau diedit, tulisan yang sudah dimuat di laman platform media baru bisa dikontrol oleh pengguna itu sendiri, jika ada kesalahan pengetikan atau kesalahan, pengguna bisa langsung mengubah tulisan mereka karena sistem dari aplikasi media baru menyediakan fitur tersebut.

⁶ Cindie Sya'bania, Desy Misnawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhopii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan", Jurnal Inovasi, Vol 14, No.1, 2020, Hal 34

⁷ Novia Kurnia, "Implikasi Terhadap Teori Komunikasi", Jurnal Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru, Vol 6, No.2, Desember 2005, Hal 292

2. bersifat jaringan, yaitu menggunakan jaringan telekomunikasi untuk menghubungkan antar komputer untuk saling berkomunikasi dan bertukar data.
3. interaktif, bersifat saling melakukan aksi dan balasan atau respon sehingga menimbulkan timbal balik diantara orang yang melakukan interaksi yang aktif secara terus menerus.
4. *user generated content* yaitu segala konten dan artikel di internet yang ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa semua user internet bisa bisa mengunggah apapun di internet.

Beberapa contoh dari *New Media* adalah internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan lainnya. Media Sosial merupakan media baru yang menggunakan jaringan komputer telekomunikasi, dan mampu menghubungkan seluruh pengguna.⁸

Akun @riliv memberikan konten berupa gambar/infografik yang menarik dengan pilihan warna dan pola yang beragam, memberikan inti informasi mengenai Kesehatan Mental dalam sebuah gambar dan menjelaskan secara detail melalui *caption* yang terdapat pada fitur postingan *Instagram*. Memanfaatkan fitur yang ada dalam media sosial *Instagram* merupakan sebuah perkembangan penggunaan media, karena *caption* pada *Instagram* bisa diedit Kembali jika terdapat kesalahan penulisan, berbeda dengan media yang pernah ada sebelumnya, pada umumnya seperti media cetak surat kabar yang harus dicetak ke dalam

⁸ Rudy Setiawan, "Kekuatan *New Media* Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia", eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 1, No.2, 2013, Hal 361

bentuk kertas, maka tidak bisa dibenarkan jika ada kesalahan penulisan, karena sudah dicetak dalam bentuk kertas.

Perkembangan media terjadi karena adanya dorongan dari perkembangan Teknologi, sehingga menciptakan ide dan inovasi baru untuk mendukung kemajuan-kemajuan di bidang lainnya dengan menggunakan hasil dari perkembangan teknologi sehingga menciptakan pembaruan lainnya.

2.2.2 Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *Communis* yang berarti 'sama' Komunikasi⁹ adalah aktifitas atau kegiatan yang dilakukan untuk berbagi informasi mengenai suatu tempat, orang, atau kelompok lainnya, menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner, Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan symbol seperti kata-kata, gambar, angka, dan lain-lain.¹⁰

Komunikasi berkembang bersamaan dengan perkembangan peradaban manusia, yaitu sejak tuhan menciptakan Adam dan Hawa di muka bumi ini. Asal usul Komunikasi itu sendiri muncul pada zaman Yunani kuno (SM) yang digagas oleh Aristoteles. Komunikasi termasuk dalam ilmu sosial yang meliputi:

⁹ Anggi Putri Lestari, "Apa sih yang dimaksud dengan Komunikasi?", *Humaniora*, 19 Oktober 2021, (<https://mediaindonesia.com/humaniora/441010/apa-sih-yang-dimaksud-dengan-komunikasi#:~:text=Komunikasi%20atau%20communicaton%20berasal%20dari,dan%20orang%20yang%20menerima%20pesan>., diakses pada 5 Mei 2022)

¹⁰ Bernard Berelson & Gary A. Steiner, "*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*", (Bandung: Rosdakarya, 2000)

1. Komunikasi Intrapersonal, yaitu komunikasi yang terjadi di dalam diri sendiri, ketika merasakan, memikirkan, mengevaluasi, dan menafsirkan sesuatu.
2. Komunikasi Interpersonal, yaitu komunikasi yang terjadi antara orang pertama dengan orang kedua, interaksi yang terjadi diantara kedua orang tersebut. Tipe komunikasi seperti ini yang paling sering ditemui.
3. *group communication* atau Komunikasi Kelompok, yaitu interaksi yang terjadi diantara beberapa orang dalam satu kelompok kecil seperti rapat, pertemuan, atau konferensi.
4. *mass communication* atau Komunikasi Massa, yaitu komunikasi yang menggunakan media massa baik cetak ataupun elektronik seperti surat kabar atau televisi, yang dikelola oleh Lembaga.
5. *intercultural communication* atau Komunikasi Antarbudaya, yaitu komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang berbeda ras, etnik, dan sosioekonominya, oleh karena perbedaan tersebut maka terjadilah perbedaan penafsiran diantara orang-orang yang berinteraksi, karena setiap manusia memiliki penafsiran dari budayanya sendiri.

Penyebaran informasi melalui Media Sosial seperti yang dilakukan oleh akun-akun *Instagram* informatif merupakan model komunikasi massa dikarenakan informasi yang diberikan oleh akun media sosial dapat dilihat oleh pengguna media sosial lainnya, sehingga pesan yang dibuat tersampaikan ke khalayak ramai.

Lima Komponen Komunikasi menurut Thomas Leech dalam bukunya *Say it like Shakepeare*:

- a. Pengirim Pesan atau *Sender*, Yaitu orang yang berperan sebagai pemberi informasi mengenai tempat, orang, kelompok, atau kejadian-kejadian yang memiliki unsur informasi di dalamnya.
- b. Pesan yang Dikirimkan atau *Message*, Yaitu informasi atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengirim pesan, berupa lisan atau tulisan.
- c. Bagaimana Pesan Tersebut Dikirimkan (*Delivery Channel* atau Media), Melalui apakah pengirim ingin mengirim pesan yang sudah didapatkan, apakah lewat saluran komunikasi atau media.
- d. Penerima Pesan atau *Receiver*, Yaitu penerima informasi dari pengirim pesan yang disampaikan melalui perantara saluran komunikasi atau media.
- e. Umpan Balik atau *Feedback*, Yaitu balasan yang diberikan oleh penerima pesan kepada pengirim pesan, bisa dalam bentuk sanggahan atau kesamaan pendapat antara pengirim dan penerima pesan.¹¹

Penggunaan Teori Komunikasi pada penelitian ini adalah karena adanya aktivitas komunikasi yang terjadi pada penelitian ini, melalui akun @riliv sebagai pengirim pesan atau *sender*, postingan yang terdapat dalam *feeds Instagram* milik akun @riliv merupakan pesan yang ingin disampaikan dalam bentuk tulisan maupun gambar, media atau *chanel* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *Instagram*, karena melalui *Instagram* akun @riliv membagikan informasi yang mereka miliki dan mulai memperkenalkan layanan mereka melalui media internet,

¹¹ Siti Aisah, "Komunikasi Antar Pribadi pada Hubungan Antara Tenaga Medis dan Pasien", Jurnal Komunikologi, Vol 6, No.2, September 2009, Hal 196

penerima pesan disini adalah para *followers*/pengikut dari akun *Instagram* @riliv karena melihat postingan di *timeline Instagram* masing-masing, *feedback* disini adalah komentar atau *like* yang diberikan oleh pengikut akun @riliv di postingan @riliv karena merasa setuju dengan konten-konten yang mereka berikan. Demikian Teori Komunikasi termasuk dalam penelitian ini.

2.2.3 Informasi

Menurut Jogiyanto, Informasi merupakan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna bagi yang menerimanya.¹² Dalam artian Informasi memberikan manfaat bagi orang-orang yang mengetahuinya, serta mempermudah cara penyampaiannya dengan menggunakan cara yang tidak biasa dalam penyajian informasi.

Informasi merupakan pemberitahuan atau berita yang dimodifikasi sedemikian rupa untuk memberikan manfaat kepada penerima informasi tersebut. Manfaat seperti Membantu seseorang untuk mendapatkan pengetahuan baru, membantu untuk menyelesaikan tugas, membantu memberikan pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan, dan membantu seseorang memahami situasi serta keadaan yang sedang dihadapi. Dalam penelitian ini Informasi yang akan didapatkan adalah Informasi Mengenai Kesehatan Mental.

¹² Jogiyanto, H.M., "Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis", (Yogyakarta: ANDI, 2005)

Karakteristik Informasi yang baik dan berguna adalah mengandung unsur seperti dibawah ini:¹³

1. Relevan, informasi yang disampaikan harus memiliki kaitan atau sangkut paut terhadap suatu masalah sehingga informasi bisa dimanfaatkan dengan sebagaimana mestinya.
2. Tepat Waktu, umur informasi sesuai dengan pokok permasalahan ketika sedang terjadi, sehingga informasi yang digunakan bisa menyelesaikan permasalahan pada saat itu.
3. Akurasi, informasi yang diberikan harus akurat dan bebas dari kesalahan signifikan .
4. Ringkas, informasi yang disampaikan, disajikan secara jelas, singkat, dan padat.

Jenis-jenis Informasi terbagi menjadi beberapa bagian berdasarkan kelebihan yang dimiliki, adalah sebagai berikut:¹⁴

1. Jenis Informasi berdasarkan Sifatnya, yaitu;
 - a. Informasi Faktual, merupakan informasi yang berupa fakta, dan dapat dibuktikan kebenarannya.
 - b. Opini atau Konsep, merupakan informasi yang berupa pendapat atau pemikiran seseorang sedangkan konsep adalah informasi yang didapatkan setelah mengabstarakkan sebuah peristiwa.

¹³ Dedeh ZS, academia.edu, (https://www.academia.edu/29298399/Apa_saja_karakteristik_informasi_yang_baik_atau_berguna#:~:text=Apa%20saja%20karakteristik%20informasi%20yang%20baik%20atau%20berguna%3F,waktu%20dari%20tindakan%20yang%20didukungnya ., diakses pada 21 Juli 2022)

¹⁴ Ivony, "6 Jenis-jenis Informasi – Ciri – Fungsi", pakarkomunikasi.com, 2017, (<https://pakarkomunikasi.com/jenis-jenis-informasi>, diakses pada 21 Juli 2022)

c. Deskripsi, informasi bersifat tulisan yang menjelaskan sesuatu.

2. Jenis Informasi berdasarkan Sifat Keilmuan, yaitu

a. Informasi Tidak Ilmiah, sebuah informasi yang bersifat umum, ada dimana-mana.

b. Informasi Ilmiah, informasi yang memang sudah terancang untuk membantu kepentingan ilmiah seperti informasi primer yang didapat langsung dari sumbernya, Informasi Sekunder yang berupa kutipan dengan tujuan membuka Informasi Primer, serta Informasi Tersier yaitu informasi yang berupa keterangan dari sumber untuk memudahkan seseorang menggali informasi.

3. Jenis Informasi berdasarkan Kegunaannya

a. Informasi yang menambah pengetahuan komunikan, seperti informasi yang disebar di media massa.

b. Informasi yang mengajarkan komunikan, seperti tutorial untuk melakukan atau membuat sesuatu, tersebar luas di media sosial.

Informasi memiliki fungsi umum yaitu untuk menambah pengetahuan, mengurangi ketidakpastian, mengurangi resiko kegagalan, keragaman pendapat atas suatu masalah, dan memberi standar untuk mencapai tujuan karena adanya informasi. Melalui Instagram, Riliv memulai untuk menyebarkan informasi seputar Kesehatan Mental yang dikemas secara mudah dalam pemahamannya, melalui Gambar atau Video. Kehadiran akun @riliv di Instagram bisa menambah pengetahuan untuk para pengguna Instagram lainnya, meluruskan ketidakpastian

dalam arti menemukan jawaban yang akurat mengenai pertanyaan seputar Kesehatan Mental.

2.2.4 Media Sosial

Menurut Nasrullah, Media Sosial adalah medium di internet yang memungkinkan penggunanya merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dari media sosial, dan membentuk ikatan secara daring.¹⁵

Media Sosial atau *Social Media* merupakan Media Massa atau Media Baru di *internet* yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Media Sosial sebagai media baru memiliki karakteristik yang bisa dipahami lebih dalam, karakteristik Media Baru atau New Media menurut Nasrullah dalam buku *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* yaitu sebagai berikut:

1. Jaringan, sebagai **penghubung** antara komputer secara global, mampu menghubungkan seluruh komputer yang ada di dunia.
2. Informasi, unggahan yang dilakukan melalui media sosial mengandung unsur informatif, karena para pengguna bisa membagikan aktivitas

¹⁵ Rulli Nasrullah, "Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015)

mereka dalam setiap kesempatan, bisa berupa pengetahuan baru atau sebuah pengalaman.

3. Arsip, sebagai tempat untuk para pengguna menyimpan foto, video, atau tulisan dalam bentuk arsip digital.
4. Interaksi, menghubungkan diri sendiri kepada para pengguna Media Sosial lainnya, tercipta sebuah obrolan dalam ruang chat digital dan bisa direspon interaktif diantara kedua orang yang berinteraksi.
5. Simulasi Sosial, adalah proses dimana pengguna menjadi aktif ketika berada dalam forum online untuk membahas masalah sosial.
6. Konten oleh Pengguna, atau yang biasa dikenal *user-generated content* semua konten yang ada pada media sosial merupakan konten yang dibuat oleh para pengguna media sosial itu sendiri.
7. Berbagi, konsep dari media sosial itu sendiri ada membagikan moment atau kegiatan, atau apapun yang mengandung unsur informasi.¹⁶

Social Media adalah wadah untuk mengekspresikan diri melalui foto/video yang diunggah oleh pengguna akun media sosial, yang bertujuan untuk membagikan *moment* atau mengabadikan kenangan saat melakukan beberapa aktivitas, bisa saja seperti mengunjungi suatu tempat yang belum pernah dikunjungi sebelumnya, mencoba makanan baru, melakukan kegiatan yang menyenangkan, menghadiri konser, menonton bioskop bersama keluarga/teman, semua hal-hal yang perlu diabadikan dan dipublikasikan kepada orang-orang terdekat atau bisa juga untuk menjadi konsumsi khalayak ramai, bisa diatur oleh

¹⁶ Neng Dewi Kurnia, Riche Cynthia Johan, Gema Rullyana, "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas", Jurnal, Tahun 8, Vol 8, No.1, 1 Mei 2018, Hal 4

pengguna media sosial itu sendiri. Beberapa contoh *Social Media* yang banyak diminati di Indonesia, yaitu WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok, Telegram, Twitter, Dll. Instagram dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

2.2.4.1 Instagram

Menurut Bambang, Instagram merupakan sebuah aplikasi yang terdapat pada Smartphone, Media Sosial yang merupakan salah satu dari Media Digital yang memiliki fungsi sama seperti Twitter, namun terdapat perbedaan pada pengambilan foto dalam bentuk sebagai tempat untuk berbagi informasi, dan memiliki fitur untuk mempercantik foto.¹⁷

Instagram adalah media online yang diluncurkan pada 6 Oktober 2010¹⁸, dengan kemampuan mengambil foto atau video, memfokuskan pada bidang Fotografi. *Instagram* itu sendiri berasal dari 2 kata, yaitu “Insta” dan “Gram”. Kata pertama berasal dari istilah “Instan” yang merupakan kata lain dari kamera polaroid, yaitu kamera yang bisa memproses foto sendiri di dalam badan kamera setelah melakukan pemotretan sedangkan “Gram” berasal dari Istilah “Telegram” dimana aplikasi tersebut merupakan layanan pengirim pesan instan multiplatform berbasis awan yang bersifat gratis dan nirlaba. Dengan penggabungan kedua kata tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Instagram* adalah sarana membagikan Foto dan Video secara Instan dan cepat tersebar luas.

¹⁷ Bambang Dwi Atmoko, “*Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*”, Jakarta: Media Kita, 2012)

¹⁸ Witanti Prihatiningsih, “*Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*”, Jurnal Communication VIII, No.1, April 2017, Hal 52

Sejarah *Instagram* dimulai Ketika kedua CEO dari Burbn, Inc. yang bergerak di bidang pengembangan aplikasi ponsel, yaitu Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk memfokuskan kepada satu hal baru yang akan mereka buat, yaitu menciptakan jejaring sosial yang berbasis Fotografi, setelah memikirkan ide cemerlang untuk membuat suatu hal yang besar, Kevin dan Mike membuat Burbn versi pertama yang belum sempurna. Burbn versi final adalah aplikasi yang bisa digunakan oleh iPhone namun memiliki isi yang rumit dengan fitur-fiturnya. Kevin Systrom dan Mike Kriger mengalami kesulitan untuk mengurangi fitur-fitur yang ada dan memulai dari awal lagi, akhirnya Kevin dan Mike memilih untuk memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan fitur menyukai foto.

Burbn melakukan perbaikan pada fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi, dan berubah nama menjadi *Instagram*. Cara kerja Aplikasi *Instagram* adalah dengan menjadi pengikut atau diikuti oleh akun Instagram lainnya sehingga bisa memulai komunikasi antar pengguna *Instagram* dengan memberi tanda suka atau saling mengomentari isi unggahan dari setiap akun *Instagram*.

Instagram memiliki fitur-fitur yang bisa dimanfaatkan dengan baik oleh para penggunanya, berikut penjelasan mengenai fitur-fitur yang ada pada *Instagram*:¹⁹

1. Dasbor Profesional (*Professional Dashboard*)

Yaitu dasbor utama yang mampu memperlihatkan atau mengecek informasi yang dibutuhkan oleh pengguna *Instagram*, isi dari Dasbor tersebut seperti Promosi,

¹⁹ Soffya Ranti, "Deretan Fitur Instagram yang Meluncur Sepanjang 2021", Kompas.com, 20 Des 2021, (<https://tekno.kompas.com/read/2021/12/20/18030087/deretan-fitur-baru-instagram-yang-meluncur-sepanjang-2021?page=all>), diakses pada 29 Juli 2022

Kinerja Keseluruhan Akun *Instagram*, Wawasan *Instagram*, Balasan Tersimpan, Belanja *Instagram*, Persetujuan Konten.

2. Pengikut (*Followers*) dan Mengikuti (*Following*)

Fitur ini merupakan keinginan pengguna untuk mengikuti akun seperti siapa dan akun seperti apa, atau pengguna lain menjadi pengikut dari akun milik pengguna. *Followers* mengikuti sebuah akun di *Instagram* berarti pengguna tersebut merasa bahwa akun *Instagram* yang diikuti memiliki manfaat untuk pengguna tersebut.

3. *Feed*

Feed adalah beranda pada atau halaman utama pada *Instagram* yang menampilkan unggahan foto atau video milik pengguna lain. *Feed* pada *Instagram* berfungsi untuk mengunggah konten dalam bentuk gambar atau video dan akan terus bertengger di laman profil *Instagram* pemilik akun.

4. *Caption*

Caption adalah uraian teks yang disisipkan dalam unggahan foto dan video di *Instagram*, bisa berupa teks singkat yang menjelaskan foto dan video, atau teks Panjang berisi penjelasan foto dan video dengan mendetail.

5. *Instagram Story*

Fitur yang diberikan *Instagram* untuk pengguna bisa memabagikan moment mereka dalam sebuah gambar atau video berdurasi 15 detik namun gambar atau video tersebut akan hilang dalam waktu 24 jam setelah diunggah di akun *Instagram* pengguna.

6. *Sticker Instagram Story*

Yaitu hiasan atau pelengkap Ketika ingin mengabadikan waktu-waktu berharga lalu mengunggahnya ke Instagram Story. Contoh Stiker yang bisa digunakan antara lain adalah Stiker Donasi, Stiker Tantangan, Stiker Tetap di Rumah (karena sedang berada di masa pandemic Covid-19), Stiker DM Saya, atau Stiker Mendukung Bisnis Kecil.

7. Multi Akun Pengguna dalam 1 Smartphone

Instagram memberikan fitur dimana kita bisa menggunakan banyak akun dalam aplikasi *Instagram* dengan menggunakan 1 Smartphone saja, sehingga kita bisa menggunakannya untuk pribadi dan untuk pekerjaan jika mengharuskan memiliki akun *Instagram*. Hal ini merupakan sesuatu yang efektif dan tidak membuang tenaga serta menghemat waktu.

8. *Recently Delete*

fitur ini memberikan kenyamanan bagi pengguna karena pengguna bisa melihat foto atau video unggahan yang terhapus dari *Instagram* melalui fitur ini, sehingga foto atau video yang terhapus bisa dipulihkan Kembali.

9. *Live Room*

Live Room merupakan space atau ruang untuk pengguna melakukan siaran langsung secara berkelompok, jika sebelumnya siaran langsung hanya bisa dilakukan oleh 1 atau 2 pengguna, kini *Live Room* memberikan kesempatan kepada pengguna untuk melakukan siaran langsung untuk 4 pengguna sekaligus. Fitur ini bermanfaat jika pengguna ingin melakukan sesi meet and great bersama dengan tokoh atau narasumber tanpa bertemu langsung.

10. Pesan Lintas atau *Direct Message*

Instagram dan *Facebook* berada dalam perusahaan yang sama, oleh karena itu kedua aplikasi tersebut bisa diskinkronkan sehingga pengguna bisa mengirim pesan kepada orang lain melalui lintas aplikasi, mengirim pesan melalui *Instagram* dan diterima melalui *Facebook* dengan menggunakan *Messenger* yang sudah sinkron antara akun *Instagram* dengan akun *Facebook*.

11. Reels

Reels adalah fitur dimana pengguna bisa membuat video berdurasi 15-90 detik untuk diunggah di *Instagram*, dan tidak akan hilang setelah lebih dari 24 Jam, berbeda dengan *Instagram Stories*.

12. Reel Remix

Fitur ini adalah penggabungan reel antar pengguna, pengguna bisa menggabungkan reel miliknya dengan reel milik pengguna lain, bisa juga disebut dengan duet reel.

13. Mematikan Video dan Audio

Ketika sedang melakukan *Live* atau Siaran Langsung pengguna bisa mematikan video atau audio ketika ingin, tidak perlu menghentikan siaran yang sedang berlangsung.

14. Menyembunyikan Jumlah Like atau Suka

Fitur terbaru dari *Instagram* adalah bisa menyembunyikan angka penyuka konten yang diunggah oleh pengguna. Pengguna lain tidak bisa melihat berapa banyak suka pada konten yang diunggah oleh pengguna.

15. Security Check Up

Instagram memberikan fitur ini agar pengguna bisa mengetahui bahwa akun *Instagram* pengguna tidak sedang digunakan atau diretas oleh orang lain, karena pengguna bisa melihat lewat perangkat apa saja dan di lokasi mana saja akun pengguna melakukan login ke *Instagram*.

16. Terjemahan Teks

Instagram menggunakan Bahasa bawaan dari perangkat yang digunakan oleh pengguna, ketika pengguna melihat postingan atau unggahan dengan Bahasa yang berbeda, pengguna bisa menerjemahkan tulisan yang terdapat pada unggahan milik pengguna lain ke Bahasa pengguna.

Dengan menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh *Instagram*, menjadikan para pembuat konten semakin gencar ingin berkreasi dan menciptakan konten-konten baru yang menarik perhatian para pengguna *Instagram*. Media Sosial *Instagram* sebagai media baru yang digemari memiliki Kelebihan dan Kekurangan. Kelebihan dari Media Sosial *Instagram* adalah sebagai berikut:²⁰

1. Tidak Berbayar,

Tidak perlu membayar biaya mahal untuk mengunduh dan menikmati aplikasi *Instagram*, hanya memerlukan paket *internet* untuk bisa menggunakannya.

2. Populer

Instagram menjadi Media Sosial yang Populer sejak awal perilisannya, semakin banyak pengguna *Instagram* banyak ditemui di Media Sosial.

3. Mudah Untuk dioperasikan

²⁰ Putri Nowo, "Kelebihan dan Kekurangan *Instagram* sebagai Sarana Promosi", citrahost.com, 17 Mei 2021, (<https://www.citrahost.com/blog/instagram-sebagai-sarana-promosi/>) diakses pada 29 Juli 2022

Penggunaan Media Sosial *Instagram* sangat mudah, pada setiap icon dalam aplikasi menunjukkan fungsinya masing-masing. Penjelasan juga terdapat di pengaturan media sosial *Instagram*.

Dan kekurangan yang dimiliki Media Sosial *Instagram* adalah sebagai berikut:²¹

1. *Spamming*

Spamming adalah pengiriman pesan yang bertubi-tubi tanpa dikehendaki oleh penerimanya, *Spamming* biasa terjadi ketika mengomentari unggahan pengguna lain yang dirasa tidak sesuai. *Spamer* adalah sebutan untuk pengirim pesan bertubi-tubi. Untuk menghindari terjadinya hal ini di kolom komentar pengguna, pengguna bisa mematikan kolom komentar di pengaturan *Instagram*.

2. Update secara Berkala

Pengguna *Instagram* akan dihadapkan dengan pembaruan aplikasi media sosial *Instagram* untuk mendapatkan performa terbaru, membutuhkan ruang yang cukup besar pada smartphone untuk memperbarui aplikasi.

2.2.5 Pemanfaatan

Pemanfaatan berasal dari kata manfaat, Menurut Dennis Mc Quail dan Sven Windahl, Manfaat merupakan harapan sama artinya dengan explore (Penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima). Pemanfaatan memiliki faktor pendukung Pemanfaatan yaitu adanya oposisi pandangan yang deterministik tentang

²¹ Putri Nowo, "Kelebihan dan Kekurangan Instagram sebagai Sarana Promosi", citrahost.com, 17 Mei 2021, (<https://www.citrahost.com/blog/instagram-sebagai-sarana-promosi/>) diakses pada 29 Juli 2022

efek media massa, dan adanya keinginan untuk bebas dari debat yang berkepanjangan mengenai selera media massa.²²

Pemanfaatan berasal dari kata Manfaat yang berarti memberikan kemudahan. Menggunakan Teori ini dalam penelitian ini adalah guna menemukan apakah Media Sosial *Instagram* benar-benar memberikan manfaat yang baik dengan cara menjadi Sarana Informasi Kesehatan Mental melalui akun @riliv di *Instagram*. Menggunakan *Followers* dan Narasumber dari Riliv yang akan menjelaskan mengenai manfaat dari *Instagram* sebagai Sarana Informasi Kesehatan Mental.

Konsep Pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan sesuatu yang ada menjadi bermanfaat atau berguna bagi orang lain. Keberadaan *Instagram* sebagai media yang sudah ada dimanfaatkan menjadi Media Informasi yang awalnya tidak ada di *Instagram*. Karena kemajuan penggunaan Internet dan Media Sosial menjadikan manusia yang menggunakannya pun berkembang dan berinovasi, dengan mengetahui seberapa banyak pengguna Internet dan Sosial Media serta rentang umur.

2.2.6 Kesehatan Mental

Menurut Pieper dan Uden, Kesehatan Mental merupakan suatu keadaan dimana seseorang tidak mengalami perasaan bersalah terhadap dirinya sendiri, memiliki estimasi yang realistis terhadap dirinya sendiri dan dapat menerima, kekurangan dan kelemahannya, kemampuan menghadapi masalah-masalah dalam hidupnya, memiliki kepuasan dalam kehidupan sosialnya serta memiliki

²² McQuail, Dennis and Sven Windahl, "Communication Models: For The Study of Mass Communication. 2 nd Edition", (New York: Longman Inc, 1993)

kebahagiaan dalam hidupnya. ²³ Kesimpulannya, Kesehatan Mental adalah kondisi seseorang merasa bahwa dirinya baik-baik saja dan mampu menghadapi semua masalah yang dihadapinya dengan baik tanpa mengganggu emosinya.

Kesehatan Mental memiliki jenis yang berbeda-beda dan dengan penanganan yang berbeda pula. Jenis-jenis Gangguan Kesehatan Mental yang Umum:

1. Gangguan Kecemasan

Gangguan Kecemasan merupakan kondisi dimana seseorang merasa khawatir dan ketakutan secara terus-menerus. Biasa terjadi pada orang berusia diatas 30 Tahun.

2. Gangguan Mood

Gangguan Mood berhubungan dengan masalah hati karena Gangguan ini menunjukkan kondisi seseorang merasa dalam perasaan kebahagiaan atau kesedihan berlebih di atas normal, jika terus dibiarkan bisa menyakiti diri sendiri dan orang lain.

3. Skizofrenia

Gangguan ini adalah kondisi dimana seseorang mengalami halusinasi, sulit berpikir, dan delusi. Penyakit ini menjadikan seseorang sulit membedakan mana yang nyata dan mana yang hanya mimpi.

4. Gangguan Psikotik

Gangguan ini tidak jauh berbeda dengan Skizofrenia dimana kondisi ini juga tidak bisa membedakan mana yang nyata dan yang mimpi. Hal ini

²³ Pieper, J. & Uden, M. V., "*Religion in Coping and Mental Health Care*", (New York: Yord University Press, 2006)

terjadi karena kelelahan fisik maupun kondisi mental yang sedang terganggu.

5. Obsessive-Compulsive Disorder (OCD)

Gangguan ini menyebabkan seseorang berada dalam kondisi melakukan kegiatan berulang-ulang, jika tidak maka penderita akan mengalami kecemasan hebat.

6. Gangguan Kepribadian

Gangguan ini merupakan dimana seseorang berada dalam kondisi memiliki pola pikir yang tidak normal dan sulit untuk diubah, kesulitan memahami situasi dan orang lain, sehingga seringkali tidak dapat bergabung dengan lingkungan sosialnya.

7. Psikosomatis

Gangguan ini memunculkan masalah fisik dan cara berpikir dari penderita itu sendiri. Gejala diawali dengan adanya rasa cemas, gelisah, stress, sampai depresi. Masalah Fisik yang muncul ada mudah Lelah, nyeri pada otot, sesak nafas, hingga telapak tangan yang mudah berkeringat.

8. Factitious

Gangguan ini disebut juga dengan Gangguan Buatan, gangguan ini menyebabkan penderita untuk bertindak seolah-olah memiliki penyakit fisik atau penyakit psikologis.

9. Disosiatif

Gangguan ini menghilangkan kesinambungan antara pikiran, Tindakan, ingatan, hingga identitas. Gangguan ini sering dialami oleh seseorang dengan trauma mendalam sebagai bentuk pertahanan.

10. Depresi

Gangguan ini memberikan perasaan gelisah, resah, putus harapan dan merasa tidak berharga. Kondisi ini sering dikaitkan dengan bunuh diri karena perasaan putus asa yang berkelanjutan. Menurut Lubis, Depresi merupakan pengalaman yang menyakitkan, suatu perasaan tidak ada harapan lagi, yang ditandai dengan afek disforik (kehilangan kegembiraan) disertai dengan gejala lainnya.²⁴

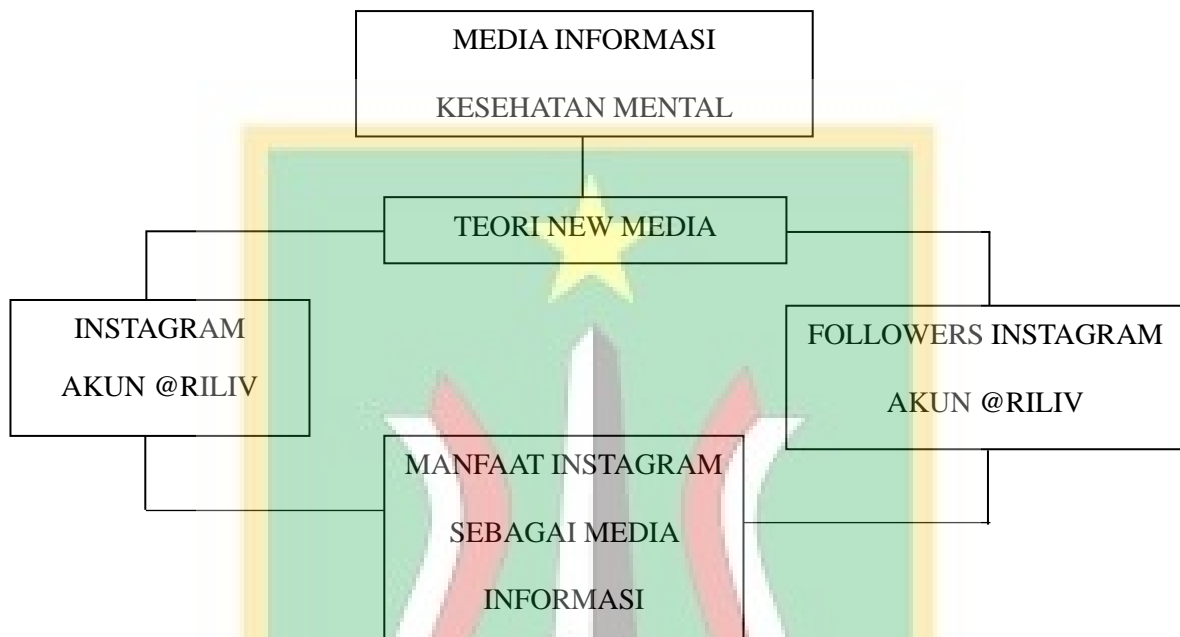
2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran merupakan diagram yang berperan sebagai alur logika sistematis tema yang akan ditulis. Dimana kerangka berpikir tersebut dibuat berdasarkan pertanyaan dan tujuan penelitian. Pertanyaan itulah yang menggambarkan himpunan, konsep, atau mempresentasikan hubungan antara beberapa konsep. Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah dari Sarana Informasi Kesehatan Mental melalui akun Instagram dari @riliv dan juga pengikut dari akun @riliv sehingga menghasilkan Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Informasi Kesehatan Mental. mengetahui manfaat penggunaan *Instagram* sebagai media informasi Kesehatan Mental melalui strategi komunikasi, penggunaan fitur, pemilihan konten, pusat informasi, manfaat postingan dan konten-konten di Instagram milik akun @riliv bagi para pengikutnya, dengan memberikan beberapa

²⁴ Lubis, N. L.,. "Depresi dan tinjauan psikologis". (Jakarta: Prenada Media Group, 2009)

pertanyaan kepada pihak yang mengolah akun @riliv di Instagram dan pengikut dari akun @riliv.

2.3.1 Model Kerangka Berpikir



Informasi Kesehatan Mental bisa didapatkan melalui media konvensional seperti majalah, koran, televisi dan radio. Kehadiran New Media memberikan perubahan yang modern, kini Informasi Kesehatan Mental bisa didapatkan melalui Aplikasi Bernama Instagram, Pemanfaatan Media Baru untuk mendapatkan Informasi Kesehatan Mental didapatkan oleh Pengguna Akun Instagram @riliv dan pengikutnya.