

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang serupa membahas salah satu contoh juga untuk perbandingan peneliti dalam menciptakan sebuah penelitian sehingga dapat membantu penelitian mengenal sudut pandang penelitian yang lain dalam menerapkan suatu pembahasan yang serupa dengan penelitian lainnya. Banyaknya penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang sama, dimana peneliti harus jeli melihat kesalahan dari hasil penelitian yang lainnya. Untuk menghindari adanya plagiarisme dan pengulangan kata. Penelitian terdahulu juga dapat berfungsi sebagai sumber kreativitas yang nantinya dapat membantu peneliti dalam melakukan sebuah penelitian. Penelitian terdahulu akan memudahkan kita dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis untuk menyusun sebuah penelitian dari segi teori dan konsep.

Hasil dari penelitian yang terdahulu merupakan salah satu acuan dasar ketika melaksanakan sebuah penelitian. Sebab penelitian terdahulu memiliki fungsi untuk memperluas dan memahami teori yang akan digunakan dalam sebuah kajian penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian yang terdahulu, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang signifikan dengan penelitian ini. Meskipun terdapat keterkaitan pembahasan, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang terdahulu, adapun contoh beberapa penelitian terdahulu yaitu :

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muh Ilham Haqqani (2019)	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh bhabinkamtibmas guna mengantisipasi penebaran hoax pemilu 2019 dipolres banyumas	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Pemanfaatan media sosial instagram oleh Bhabinkamtibmas telah dilaksanakan tetapi tidak berjalan sesuai harapan dikarenakan kurangnya penguasaan materi yang dimiliki petugas bhabinkamtibmas
2.	Akbar Rizky (2018)	Model penanggulangan berita bohong (Hoax) di media sosial oleh sat	Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif	Satintelkam menjalankan tugasnya mengalami beberapa faktor yang

		intelkam di Polresta Bogor		mempengaruhi model penanggulangan hoax seperti faktor pendukung yang berasal dari sdm yang cukup
3.	Fahmi (2018)	Haris Implementasi Media sosial Whatsapp dalam penyuluhan oleh bhabinkamtibmas guna menangkal penyebaran paham radikalisme di Polres purwakarta	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Fungsi bhabinkamtibmas di dalam menangkal penyebaran paham radikalisme di Polres purwakarta menggunakan tehnik penyuluhan yang disampaikan di dalam media sosial whatsapp

4.	Nining Artianasari (2021)	Strategi komunikasi Polres Parepare dalam menangani penyebaran berita bohong (hoax) di media sosial melalui CPR (Cyber publicrelation)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Strategi dalam mendeteksi berita hoax menggunakan aplikasi khusus yang digunakan pihak berwajib di kota Parepare <sup>5</sup>
5.	M. Devis pratama, Dian sinaga, saleharadiah (2012)	Strategi komunikasi dalam penybaran informasi di PT Chevron pacific Indonesia	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Kredibilitas lebih kepada kemampuan menyampaikan informasi dengan baik kepada khalayak

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Dari 5 penelitian terdahulu yang relevan dengan peneliti memiliki relevansi persamaan dan perbedaan pada teori yang digunakan, tujuan dan teknik pengumpulan data dari masing-masingi penelitian terdahulu:

Penelitian pada skripsi Muh Ilham Haqqani (2019), memiliki kesamaan

dengan penelitian penulis adalah sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas bagaimana menyebarkan suatu informasi melalui sosial media.

Penelitian pada skripsi Akbar rizky (2018), memiliki kesamaan dengan penelitian penulis yang sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan bagaimana menjelaskan hal-hal penting menggunakan wadah sosial media.

Penelitian pada skripsi Fahmi Haris (2018), memiliki kesamaan dengan penelitian penulis adalah sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan kesamaan lainnya adalah penelitian ini yaitu untuk memberikan informasi kepada masyarakat dalam menjaga keamanan, ketertiban, serta informasi yang lainnya.

Penelitian pada skripsi Nining Artianasari (2021), memiliki kesamaan dengan penelitian penulis adalah sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan kesamaan lainnya adalah penelitian ini sama-sama membahas strategi komunikasi dalam menangani penyebaran berita pada sosial media.

Penelitian pada skripsi M. Devis pratama, Dian sinaga, saleha radiah (2012), memiliki kesamaan dengan penelitian penulis adalah sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan kesamaan lainnya adalah dalam penelitian ini sama-sama membahas strategi komunikasi dalam penyebaran informasi.

## **2.2 Kajian Pustaka**

Tinjauan pustaka dapat berupa bibliografi beranotasi, tinjauan singkat makalah, makalah atau jurnal, dan buku referensi. Level ini penting karena peneliti perlahan akan menemukan garis pertanyaan yang jelas yang ingin mereka pelajari. Pada tahap ini, peneliti melakukan tinjauan pustaka yang memerlukan

pertimbangan peneliti, tidak hanya untuk menginterpretasikan makalah yang dirujuk, disertasi atau jurnal, buku dan artikel di Internet, tetapi juga untuk meneliti, membahas secara objektif dan kritis. Istilah dan ide atau temuan yang dirujuk kemudian dibandingkan dan diteliti dan diteliti. Fenomena temuan penelitian sebelumnya dari satu referensi standar dibandingkan dengan referensi lain (misalnya buku modern, jurnal), yang kemudian dapat direview. Yang termasuk dalam tinjauan penelitian adalah apakah artikel ilmiah atau buku referensi pada prinsipnya dapat menemukan perbedaan kesimpulan, atau mungkin keberadaan peneliti dari satu perpustakaan ke perpustakaan lain harus nyata, objektif dan akan dibahas kembali secara rinci.<sup>4</sup>

Kajian pustaka disebut juga dengan istilah lain yaitu studi kepustakaan. Kajian pustaka dalam penelitian ini mempunyai tujuan terkait dengan topik dalam penelitian itu sendiri yaitu pertama, memberikan informasi kepada pembaca tentang hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan, tujuannya adalah apabila penelitian yang dilaksanakan mempunyai kesamaan dalam topik, tetapi obyek penelitiannya terdapat perbedaan, atau sebaliknya. Hasil dari penelitian yang terdahulu merupakan salah satu acuan dasar ketika melaksanakan sebuah penelitian.<sup>5</sup>

Isi dan teori yang dibahas dalam penelitian ini adalah pembahasan literatur konseptual. Landasan dan pedoman suatu penelitian merupakan bagian dari

---

<sup>4</sup> Perdy Karuru, "Pentingnya Kajian Pustaka Dalam Penelitian," *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan* 2, no. 1(2013): 1–9, <http://journals.ukitoraja.ac.id/index.php/jkip/article/view/149>.

<sup>5</sup> Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bandung: Pustaka Setia, 2015, hal.2

kerangka teori sehingga penelitian dilakukan menurut batasan dan pedoman tertentu. Dalam literatur konseptual ini, penulis menyajikan konsep dan teori yang mendukung variabel yang diambil dari berbagai referensi sebagai kerangka kerja dan pedoman, sehingga tujuan tesis dapat tercapai dengan baik dan memberikan basis pengetahuan yang solid pada kepustakaan.

Konseptual ini disajikan beberapa teori, konsep, definisi, pendapat dan gagasan dari seseorang yang memiliki kompetensi. Adapun beberapa teori, konsep maupun pendapat ahli yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh penulis antara lain:

#### 2.2.1 Konsep Pengelolaan

Pengelolaan berasal dari kata kelola, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia modern berarti memimpin, mengendalikan, mengatur, dan mengusahakan supaya lebih baik, lebih maju dan sebagainya serta bertanggung jawab atas pekerjaan tertentu.<sup>6</sup>

Menurut Handayaniingrat pengelolaan juga dapat diartikan sebagai penyelenggaraan suatu kegiatan. Kepemimpinan dan pengelolaan mengacu pada manajemen, yang merupakan proses operasional yang dimulai dengan perencanaan, pengorganisasian, mengarahkan dan mengarahkan upaya anggota organisasi dan menggunakan sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>7</sup>

Perbedaan utama antara fungsi dan tugas humas yang terdapat di instansi dinas pemerintah dan non pemerintah (perusahaan komersial swasta) yaitu tidak ada

---

<sup>6</sup> Peter Salim dan Yenny Salim, 2002, Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, Jakarta: Modern English Press, hal. 695

<sup>7</sup> Soewarno Handayaniingrat, 1997, Pengantar Studi Administrasi dan Management, Jakarta: Gunung Agung, hlm. 9

sesuatu yang diperjual belikan, baik berbentuk produk barang maupun jasa pelayanan yang ditawarkan kepada pihakii yang membutuhkani secara iikomersial.

Walaupun ada pihak humas pemerintah yangii melakukan hal yang sama dengan perusahaan komersial seperti seperti kampanye ipublikasi, promosi pemasaran, dan periklanan, nnamun hal itu lebih menekankan pada bentuk public service atau public utilities demi kepentingan umum. Tugas dan Kewajiban Humas Menurut dimonick dan Koening, pada umumnya tugas dan kewajiban. Humas pemerintahan adalah:

1. Memberikan penerangan atau informasiii kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan, serta tujuan yang akan dicapai oleh pihak pemerintah dalam melaksanakan program kerja pembangunan tersebut.
2. Menanamkan keyakinan dan kepercayaan, serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya untuk melaksanakan program pembangunan di berbagai bidang.
3. Keterbukaan dan kejujuran dalam memberikaniii pelayanan serta pengabdian dari aparat pemerintah bersangkutan perlu dijaga atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas dan kewajibanya masing masing serta konsisten dan profesional.

Pengelolaan Youtube sebagai media komunikasi dan penyebaran informasi berlandaskan pada konsep yang dikemukakan Luttrell yaitu *The Circular Model of Some for Social Communication* meliputi tahap share, tahap optimize, tahap manage dan tahap engage.



## 1. Tahap Share

Share Media sosial melalui jaringan sosial membantu semua orang untuk berhubungan dengan orang lain, berbagi minat, gairah dan keyakinan yang sama. Organisasi atau perusahaan yang menggunakan strategi jaringan spesifik dimana konsumen yang berpartisipasi dalam percakapan tersebut mampu bersosialisasi secara online dengan target sasarannya. Dalam masing-masing situs jaringan ini tingkat kepercayaan terbentuk antara pengguna. Pengguna yang dapat menjadi pengaruh konsumen. Contoh situs jejaring sosial yang dianggap sebagai situs “berbagi” yaitu : Facebook, Instagram, Pinterest, Myspace, LinkedIn, YouTube, Vimeo, Flickr, Kaboodle, Bebo, hi5

## 2. Tahap Optimize

Untuk mengoptimalkan pesan, organisasi harus mendengarkan apa yang dikatakan dan belajar dari percakapan yang dibagikan. Namun percakapan yang mereka punya akan lebih baik jika kamu sebagai praktisi merupakan bagian dari mereka. Alat seperti Social Mentions memungkinkan organisasi untuk melacak dan mengukur secara real time percakapan yang sedang dibicarakan tentang anda, perusahaan anda, produk yang anda buat dan hampir semua topic yang dibahas diranah media sosial. Dengan hanya memberitahu tentang apa yang dikatakan tentang organisasi anda dan tentang jaringan sosial apa percakapan berlangsung.

### 3. Tahap Manage

Percakapan yang terjadi pada situs sosial terjadi dengan cepat dalam hitungan detik. Konsumen yang datang untuk mengharapkan tanggapan cepat dan jawaban dari praktisi PR dan strategi sosial media yang mengelola kehadiran online. Tanggapan konsumen dibatasi oleh ketersediaan waktu pada hari tertentu. Tanggung jawab pekerjaan lainnya dan hanya kemampuan mengelola volume interaksi yang berasal dari perusahaan berbagai aliran sosial. Seringkali perusahaan mungkin tidak memiliki cukup sumber daya untuk memantau dan mengelola kehadiran sosialnya. Semua faktor ini akan memperlambat respon konsumen. Pada 2008, kami melihat untuk pertama kalinya istilah *attention dashboard*. Ini digambarkan sebagai alat yang menarik konten dari berbagai sumber di beberapa jaringan ke satu tempat dalam upaya memantau dan mengelola apa yang sedang disebutkan di web sosial.

### 4. Tahap Engage

Pada tahap engage yang dapat dilakukan dengan tiga tahap yaitu bagaimana mengumpulkan beberapa audiens, bagaimana membangun relasi, bagaimana akun Youtube menentukan target audiens, dan bagaimana akun Youtube meraih audiensnya. Dalam menentukan target audiens, harus melakukan riset awal dengan target khalayak dari akun ini terbagi menjadi primer dan sekunder, dan memilih digital native yaitu generasi yang lahir berdampingan dengan perkembangan teknologi sebagai target audiens.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Anggita Sarasati and Retasari Dewi, "Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram @pupukujang Sebagai Media Komunikasi PT Pupuk Kujang Cikampek (Persero)," *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah*

Menurut Terry, ada empat element dari fungsi pengelolaan, yaitu:<sup>9</sup>

a. Perencanaan (Planning) Perencanaan merupakan pemilihan dan penghubungan fakta, menguatkan asumsi- asumsi tentang masa depan dalam membuat visualisasi dan perumusan kegiatan yang diusulkan dan memang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Perencanaan mencakup kegiatan pengambilan keputusan, karena termasuk pemilihan alternative-alternatif kepuasan. Diperlukan kemampuan untuk mengadakan visualitas dan melihat ke depan guna merumuskan suatu pola dari himpunan tindakan untuk masa mendatang.<sup>10</sup>

b. Pengorganisasian(Organizing)

Siagian mendefinisikan bahwa pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugastugas tanggung jawab dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

c. Pengerakan (Actuating)

Pengerakan atau juga bias didefinisikan sebagai segala tindakan untuk menggerakkan orang-orang dalam suatu organisasi, agar dengan kemauan dengan penuh berusaha mencapai tujuan organisasi dengan berlandaskan pada perencanaan dan pengorganisasian. Pengerakan mencakup penetapan dan pemuasan kebutuhan manusiawi dari pegawai-pegawainya, memberi

---

*Multidisiplin* 01, no.04 (2022): 785–803

<sup>9</sup> The Liang Gie, 2000, *Administrasi Perkantoran Modern*. Yogyakarta:Liberty, Hlm. 21

<sup>10</sup> Manulang, .opcid, Hlm. 11

penghargaan, memimpin, mengembangkan dan memberi kompensasi kepada mereka. *actuating* atau juga disebut” gerakan aksi “ mencakup kegiatan yang dilakukan seorang manajer untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur- unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai.

d. Pengawasan (Control)

Menurut Henry Fayol Pengawasan merupakan pemeriksaan apakah semua yang terjadi sesuai dengan rencana yang ditetapkan, intruksi yang dikeluarkan sesuai dengan prinsip yang telah ditetapkan<sup>11</sup>

### 2.2.1 Pengertian Komunikasi massa

Ilmu komunikasi massa mencakup prinsip-prinsip organisasi produksi, hubungan sosial, politik dan ekonomi yang akrab bagi organisasi media dan khalayak. Komunikasi massa dapat diproduksi dan dikonsumsi oleh masyarakat. Organisasi media memiliki produk untuk dijual dan audiens adalah pembelinya. Kunci studi komunikasi massa dapat ditemukan dalam berbagai mata pelajaran seperti sejarah komunikasi massa, praktik jurnalisme, hukum media, dan pengaruh media. Studi komunikasi massa mencakup organisasi dan proses media, seperti penyebaran informasi, dan efek media, seperti persuasi dan manipulasi opini publik.

Menurut Wright, komunikasi massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Diarahkan pada khalayak yang relatif lebih besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesannya mewakili usaha banyak orang yang berbeda dan disampaikan

---

<sup>11</sup> Sofyan Syafri, 1996, manajemen kontemporer, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, Hlm. 282

secara terbuka.

3. Sering dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekaligus.
4. Komunikator cenderung menjadi anggota atau bekerja untuk organisasi kompleks yang mahal dan beroperasi melalui organisasi yang kompleks. Dampak komunikasi massa memiliki tiga dimensi: kognitif, emosional dan sukarela. Efek kognitif termasuk peningkatan kesadaran, pembelajaran, dan pengetahuan tambahan. Efek efektif berkaitan dengan perasaan, emosi dan sikap. Efek niat mengacu pada tindakan dan niat untuk melakukan sesuatu dengan cara tertentu.<sup>12</sup>

#### 2.2.2 Pengertian Media Massa

Ada banyak cara di mana media massa dapat mempermudah kehidupan sehari-hari masyarakat. Pertama, media massa memberikan informasi dan membantu orang mengamati kehidupan, media melakukan fungsi pengamatan. Media menyediakan berita, informasi, dan peringatan yang dibutuhkan orang untuk membuat keputusan yang tepat. Media juga dapat menginformasikan kepada kita tentang keadaan dan peristiwa yang segera terjadi.<sup>13</sup>

Perkembangan teknologi saat ini juga berdampak kuat terhadap peran penting media. Kebebasan media dan dukungan teknologi dapat menciptakan dua kondisi: di satu sisi, akses informasi yang lebih mudah di masyarakat. Hal ini pada akhirnya akan menciptakan situasi demokrasi, namun kebebasan yang dimaksud justru mengarah pada kebebasan tanpa akuntabilitas dan tanpa arah. Teknologi memberikan fasilitas dalam sebuah proses keterhubungan dalam skala yang lebih

---

<sup>12</sup> Abdul Halik, "Dokumentasi" (2013): 36,  
[http://repositori.uinalauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI MASSA full.pdf](http://repositori.uinalauddin.ac.id/338/1/KOMUNIKASI%20MASSA%20full.pdf).

<sup>13</sup> Hamdani Thaha, "Media Massa Dan Masyarakat Modern," *Al-Tajdid* I, no. 1 (2003): 26.

besar.

Fenomena ini meningkat keterkaitan ekonomi, politik, masyarakat dan budaya dianggap sebagai globalisasi. Media disajikan sebagai alat untuk mempercepat proses ini dan menghilangkan batas.<sup>14</sup>

### 2.2.3 Konsep Media Massa

Media massa melakukan banyak fungsi yang sebelumnya dilakukan oleh lembaga sosial lainnya. Fitur media meliputi:

1. Fungsi informasi. Media telah menjadi alat untuk mencari informasi bagi massa. Dari media lah Anda dapat menerima berita lokal, nasional dan asing. Misalnya, apakah jalan menuju tempat kerja macet, atau ada anggota keluarga yang terkena bencana alam.
2. Fungsi agenda. Melalui media, agenda manusia ditentukan. Perilaku masyarakat saat ini sangat dipengaruhi oleh media. Misalnya, orang yang memiliki kebiasaan makan "sarapan" dengan membaca koran atau menonton berita TV, banyak orang makan mie instan sebagai pengganti nasi untuk sarapan, dan anak-anak sering terlihat di TV. Misalnya, memilih kartun berdasarkan film.
3. Kemampuan untuk menghubungkan orang. Tidak dapat dipungkiri bahwa media memiliki fungsi menghubungkan manusia. Misalnya: Dalam kasus bencana alam di Aceh tahun 2004, karena terputusnya komunikasi antara Aceh dengan dunia luar.

---

<sup>14</sup> Dedi Kusuma Habibie, "Dwi Fungsi Media Massa," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 2 (2018): 79.

4. Pendidikan. Media kurang lebih menyampaikan pesan pendidikan. Contoh: cara menjaga kesehatan, cara menggunakan hak pilih, cara menghadapi banjir, dan sebagainya.
5. Aktifkan penghukuman. Namun media juga mampu membujuk atau merayu pendengar, pemirsa atau pembaca. Misalnya: kampanye untuk memaksa orang membayar pajak atau menabung di bank dan sebagainya.
6. Fungsinya lucu. Fitur ini sangat menonjol di media penyiaran, banyak sinetron, musik, komedi dan acara olahraga.<sup>15</sup>

#### 2.2.4 Pengertian Media Sosial

Sosial media merupakan wadah untuk menyampaikan sebuah berita – berita informasi yang berada diseluruh penjuru dunia tanpa terkecuali. Berbagai banyak manfaat dengan adanya sosial media di era sekarang. Dapat disimpulkan bahwa sosial media yaitu sebuah wadah di internet yang memungkinkan pemakainya untuk mengidentifikasi diri dan melakukan komunikasi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna yang lainnya dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Salah satu keunggulan Internet sebagai kegiatan profesional adalah penggunaan media Internet sebagai wadah penyebaran informasi dan keterampilan secara cepat. Dengan pesatnya perkembangan informasi modern, maka dibutuhkan informasi yang akurat, ringkas dan up-to-date. Hal ini mendorong komunitas dan organisasi untuk memanfaatkan teknologi. Informasi yang berbeda, terlepas dari sifatnya, bisa baik atau buruk, mempengaruhi masalah, terutama masalah

---

<sup>15</sup> oha Makhshun and Khalilurrahman Khalilurrahman, “Pengaruh Media Massa Dalam Kebijakan Pendidikan,” *TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1, no. 1 (2018): 57.

lingkungan. Pengumpulan informasi dapat dilakukan secara teratur, jelas, akurat dan cepat serta disajikan dalam bentuk laporan yang sangat mendukung terlaksananya proses dan pengambilan keputusan yang tepat.<sup>16</sup>

Media sosial adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten dengan mudah seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh pelosok dunia. Perspektif lain menyatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung komunikasi sosial dan media sosial menggunakan teknologi web yang mengubah komunikasi menjadi percakapan interaktif.<sup>17</sup>



---

<sup>16</sup> Emy Leonita and Nizwardi Jalinus, "Peran Media Sosial Dalam Upaya Promosi Kesehatan: Tinjauan Literatur," *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi* 18, no. 2 (2018): 25–34

<sup>17</sup> Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia," *Jurnal ilmu sosial & ilmu politik diterbitkan oleh*



### 2.2.5 Jenis Media Sosial

Teknologi yang terkait dengan teknologi media sosial digital, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, jejaring sosial, podcast, foto, video, peringkat, dan bookmark sosial. Masing-masing memiliki banyak kebelungnya sendiri blogging, bergari gambar atau foto, video blog, *wall post* bergari musik atau lagu, *chat*, *VoIP* atau *Voice over IP* lebih, atau lebih. Macam-macam Jejaring Sosial Genis Media Sosial ni ada classic macam - macam macam jejaring sosial fungsi dan kegunannya.:

1. Konten kolaborasi (contohnya, Wikipedia)
2. Blog dan microblog (contohnya, Twitter, Youtube)
3. Situs jejaring sosial berita (contohnya, Digg)
4. Konten Video (contohnya, YouTube)
5. Situs jejaringan sosial (contohnya, Facebook)
6. Game dunia maya (contohnya, World of Warcraft)
7. Situs dunia sosial virtual (contohnya, Second Life)<sup>18</sup>

### 2.2.6 Pengertian Youtube

YouTube adalah aplikasi web yang menawarkan berbagai jenis video mulai dari video klip, video pendek hingga film yang diproduksi secara resmi, serta video yang dibuat oleh pengguna YouTube sendiri. YouTube juga berfungsi untuk memperkenalkan produk dengan menyematkan video di YouTube sehingga dapat dianggap sebagai alat periklanan gratis, juga berguna untuk berbagi pengetahuan.

---

<sup>18</sup> Wilga Secsio Ratsja Putri, Nunung Nurwati, and Meilanny Budiarti S., "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja," *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 3, no. 1 (2016).

Untuk mengakses video youtube melalui internet, internet dapat mempermudah akses ke website youtube, internet sendiri berasal dari kata interconnected network. Jaringan dalam bahasa Indonesia berarti jaringan, sedangkan interkoneksi berarti saling berhubungan, jadi internet adalah jaringan komputer yang saling berhubungan.<sup>19</sup> Youtube adalah salah satu jejaring sosial paling populer saat ini.

Jejaring sosial itu sendiri bertindak sebagai mediator atau penyampai pesan dari pengirim ke penerima <sup>20</sup>Sebagai media pengantar informasi youtube banyak digunakan oleh kalangan para remaja yang mencari informasi. Berdasarkan data Alexa.com dibulan mei 2016, youtube merupakan situs terpopuler nomor dua di seluruh dunia. Bahkan di Indonesia, youtube menempati peringkat tiga sebagai situs terpopuler di Indonesia.<sup>21</sup>

YouTube saat ini memegang 43% pasar dan merupakan situs penyedia video online terpopuler di AS bahkan dunia. Diperkirakan 20 jam video diunggah ke YouTube setiap menit dan menerima 6 miliar tampilan per hari. YouTube kini telah menjadi kebutuhan pengguna yang beragam dan fitur yang disediakan juga semakin berkembang., teknologi Youtube Saat ini, sangat nyaman untuk berbagai aspek kebutuhan masyarakat. Ini memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna Internet, dan setiap hari orang menonton ratusan juta jam video YouTube dan mendapatkan miliaran tampilan. Secara keseluruhan, YouTube menarik lebih banyak pemirsa antara usia 18–34 dan 18–49 tahun daripada jaringan kabel lainnya di dunia.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Ali Akbar, Cepat dan mudah membuat situs internet, (Semarang: Neomedia Press, 2006)

<sup>20</sup> Azhar Asyad, Media Pembelajaran, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada). hal.3

<sup>21</sup> Jefferly Herlianthusonfri, Youtube Marketing (Jakarta: Kompas Gramedia, 2016) . hal.5

<sup>22</sup> *ibid*

Manfaat yang sangat menguntungkan dengan adanya aplikasi Youtube adalah dapat mendapatkan penghasilan melalui Google AdSense, maka AdSense akan membayar kita setiap kali ada orang yang menge-klik iklan yang ada pada video atau konten – konten yang kita miliki. Tetapi ada syarat-syarat yang harus dipenuhi seperti minimal memiliki 10.000 views. Untuk mendapatkan penghasilan dari adsense video youtube, tentu saja kita dapat mendaftarkannya akun Youtube terlebih dahulu. Selanjutnya kita dapat menyebarkan suatu informasi – informasi dan berita yang ada melalui konten – konten yang kita buat dan kita miliki. Selain itu kita dapat menonton tayangan yang sudah lalu dan dapat diulang kembali. Dan dapat mempromosikan suatu perusahaan atau profil individu.

YouTube pada dasarnya adalah sebuah situs web untuk berbagi video pengguna dan menikmati berbagai klip video yang diunggah oleh berbagai pihak. Anda dapat mengunggah berbagai jenis video ke situs web ini: B. Video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film TV, trailer film, video panduan, blog vlogger video, dan video tutorial untuk berbagai aktivitas. Tentunya di zaman dengan kemajuan teknologi ini, hampir semua orang sudah mengenal YouTube, kemudahan dalam mengakses internet jugalah yang membuat perkembangannya semakin pesat. Bisa dikatakan, dalam melakukan sebuah promosi, diperlukan wadah atau tempat yang strategis atau memiliki banyak pengunjung, dengan begitu sangat sesuai menggunakan media Youtube sebagai sarana mempromosikan sebuah animasi yang dimiliki. Dengan banyaknya pengunjung, peluang keberhasilan sebuah promosi akan menjadi lebih besar. Menurut penelitian oleh perusahaan media Inggris *We Are Social*, yang bekerja dengan Hootsuite Indonesia, rata-rata

orang menghabiskan tiga jam sehari di media sosial. Sebuah laporan berjudul "Data Kunci di Internet, Media Sosial, Seluler, dan Penggunaan E-Commerce di Seluruh Dunia" yang dirilis pada 30 Januari 2018 menunjukkan bahwa ada 130 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia dari 265,4 juta orang. Jejaring sosial mencapai 49%.<sup>23</sup>

### 2.2.7 Kajian Jurnalistik

Dilihat pemanfaatannya media sosial Youtube yang demikian tinggi, hal ini menunjukkan bahwa adanya puntung-puntung tersebut telah menawarkan alternatif baru terhadap jurnalistik. Proses reportase dapat dilakukan dengan lebih singkat dan karena sasaran kepada khalayak yang lebih tepat sasaran utamanya adalah pengikut pengikut dari akun media sosial milik media itu sendiri. Selain itu fitur short juga menjadikan InstaStory berpotensi digunakan sebagai media infoasi distribusi. Kegiatan memanfaatkan media sosial sebagai penyebaran Informasi tentang merupakan inovasi dalam aktivitas jurnalistik. Secara teknis, seorang jurnalistik adalah kegiatan yang disiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dan secepat-cepatnya. Teori utama yang digunakan unauk mengidentifikasi konsep jurnalisme digital. Kawamoto mendefinisikan jurnalisme digital sebagai penggunaan teknologi digital unauk mencari, memproduksi, dan menyebarkan berita serta Informasi tentang kepada khalayak yang sadar teknologi.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, "Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube," *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA) 2* (2019): 259–265, <https://cashbac.com>.

<sup>24</sup> Cerysa Nur Insani, Dadang Rahmat Hidayat, and Ipit Zulfan, "Pemanfaatan Insta Story Dalam Aktivitas Jurnalistik Oleh Majalah Gadis," *Jurnal Kajian Jurnalisme 3*, no. 1 (2019): 39

Ada beberapa bagian dalam sebuah penerbitan pers atau media massa. Bagian redaksi (Editor Departement) dan bagian pemasaran atau bagian usaha (Bussines Departement). Bagian redaksi dipimpin oleh pemimpin redaksi. Bagian pemasaran dipimpin oleh manajer pemasaran atau pemimpin usaha. Diatas keduanya adalah pemimpin umum (General Manger). Ada juga Pemimpin Umum yang merangkap Pemimpin Redaksi.<sup>25</sup> Bagian Redaksi tugasnya meliputi, menyusun, menulis, atau menyajikan informasi berupa berita, opini, atau feature. Orang-orangnya disebut wartawan. Redaksi merupakan sisi ideal sebuah media atau penerbitan pers yang menjalankan visi, misi, atau idealisme media. Bagian redaksi dikepalai oleh seorang Pemimpin Redaksi.

Di bawah Pemimpin Redaksi biasanya ada Wakil Pemimpin Redaksi. Pemred/Wapemred membawahi seorang atau Redaktur Pelaksana yang mengkoordinasi para Redaktur (Editor), Koordinator Reporter atau Koordinator Liputan (jika diperlukan), para Reporter dan Fotografer, Koresponden, dan Kontributor. Yang termasuk kontributor adalah para penulis lepas (artikel) dan kolom. Di bagian redaksi ada pula yang disebut Dewan Redaksi atau Penasehat Redaksi. Biasanya terdiri dari Pemred, Wapemred, Redpel, Pemimpin Usaha dan orang-orang yang dipilih menjadi penasehat bidang keredaksian.

Ada juga yang disebut dengan Staf Ahli atau Redaktur Ahli, ialah orang-orang yang memiliki keahlian di bidang keilmuan tertentu yang sewaktu-waktu masukan atau pendapatnya sangat dibutuhkan redaksi untuk kepentingan pemberitaan atau analisis berita. Divisi lain yang terkait dengan bidang keredaksian

---

<sup>25</sup> <http://tonz94.wordpress.com/2009/05/02/mnajemen-media-massa>. (akses pada tanggal 2 Agustus 2022 Pukul 02:44 WIB)

adalah Redaktur Pracetak yang membidangi tugas Desain Grafis (*Setting, Lay Out, dan Artistik*) serta Perpustakaan dan Dokumentasi. Dalam hal tertentu, bagian Penelitian dan Pengembangan (Litbang) dapat masuk kebagian Redaksi.

Jika ditinjau dari segi struktur organisasi, posisi-posisi yang terdapat dalam redaksi media dapat dijabarkan sebagai berikut<sup>26</sup>:

1. Pemimpin Umum (General Manager)

Seorang yang bertanggung jawab atas keseluruhan jalannya penerbitan pers, baik ke dalam maupun ke luar. Ia dapat melimpahkan pertanggung jawabannya terhadap hukum kepada Pemimpin Redaksi sepanjang menyangkut isi penerbitan (redaksional) dan kepada Pemimpin Usaha sepanjang menyangkut perusahaan penerbitan.

2. Pemimpin Redaksi

Pemimpin redaksi bertanggung jawab atas mekanisme dan pekerjaan editorial sehari-hari. Ia harus memantau isi semua bagian media massa yang dipimpinnya. Di setiap surat kabar, seorang pemimpin redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi semua kegiatan editorial. Dia bertindak sebagai seorang jenderal atau komandan yang perintah atau kebijakan bawahannya harus diikuti. Badan tersebut merupakan hak milik karena harus bertanggung jawab jika pemberitaan media digugat oleh pihak lain. Pemimpin redaksi juga bertanggung jawab atas persiapan dan isi tim redaksi, atau opini redaksi (desk opinion). Jika pemimpin redaksi tidak dapat menulisnya, biasanya terjadi pada pemimpin redaksi, anggota dewan

---

<sup>26</sup> yarifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010)

redaksi, pemimpin redaksi, jurnalis, atau siapa saja yang memiliki pemimpin redaksi. Izin dan sepengetahuan kepala untuk melakukan pageditan. Penerbit yang bisa menulisnya dengan menyuarakan opini surat kabarnya tentang urusan terkini.

#### 2.2.8 Konsep Media Sosial Sebagai media Komunikasi massa

Persepsi masyarakat dapat dibentuk dengan media komunikasi dapat berbentuk media massa maupun online seperti halnya instagram sebagai media sosial. media dapat membentuk pendapat umum dengan cara pemberitaan yang sensasional dan berkesinambungan.

Hasil dari pemberitaan adalah pencitraan yang positif, karena media memiliki fungsi dalam pembentukan opini publik seperti yang diutarakan Alexis S. Tan adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Memberi Informasi, mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji kenyataan, meraih keputusan.
2. Fungsi Mendidik, media memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna memfungsikan dirinya secara efektif dalam masyarakatnya, mempelajari nilai, tingkah laku yang cocok agar diterima masyarakatnya.
3. Fungsi Mempersuasi, media memberi keputusan, mengadopsi nilai, tingkah laku dan aturan yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.
4. Fungsi Menyenangkan, Memuaskan Kebutuhan Komunikatif, Menggembirakan, mengendorkan urat syaraf, menghibur dan mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi. Sehingga bila dilihat media berperan besar dalam membentuk opini di tengah tengah masyarakat, pembentukan



citra sangatlah mudah dibentuk secara sistematis. Kehadiran media sosial digunakan sebagai media yang mempublikasikan konten profil, aktivitas, bahkan pendapat pengguna dan juga sebagai media yang memberikani ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang cyber.

#### 2.2.9 Konsep Media sebagai Media Informasi

Sebelum era internet, manusia berkomunikasi dengan antar sesama dengan melibatkan lebih banyak indera. Selain itu manusia juga belajar, mengakses informasi, menyebarkan informasi, dan menjaga hubungan kekerabatan melalui media-media konvensional seperti telepon, surat, atau dengan memanfaatkan media massa seperti televisi, radio, surat kabar dan lain-lain. Hal ini tidak lagi dapat berlaku secara sepenuhnya di era komunikasi informasi dan teknologi ini. Di era ini, teknologi mengambil peranan yang besar dalam kehidupan manusia, dan menggantikan peran banyak peralatan dan makhluk hidup lainnya dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, untuk dapat mengikuti pertumbuhan sosial dan perkembangan zaman, masing-masing individu dituntut untuk dapat memiliki kompetensi dalam menggunakan teknologi dalam mengakses media baru. Barangsiapa yang tidak menguasai teknologi, akan cenderung menjadi kurang informatif dan dianggap tidak adaptatif.

Media baru sendiri merupakan digitalisasi dari perkembangan teknologi dan sains, yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang rumit menjadi ringkas dan dapat dikatakan teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung kedalam jaringan internet. Dennis McQuail menjelaskan definisi media baru adalah interkoneksi, akses terhadap individu, interaktivitas,



kegunaan beragam untuk segala karakter dan sifat yang berada dimana-mana. Seperti yang telah dibahas dimuka, meda baru yang salah satunya adalah internet menciptakan kehidupan di seluruh dunia dengan media sosial yang mengajak kita berkomunikasi tanpa batas, ruang, dan waktu. Media baru bukan hanya dapat memudahkan peredaran informasi pada khalayak global, tetapi lebih dari pada itu. Media komunikasi baru ini merupakan alat yang sangat berpengaruh bagi aktivitas komunikasi.<sup>27</sup>

## **2.3 Landasan Teori**

### **2.3.1 New Media**

Media baru (new media) adalah fenomena munculnya jejaring sosial (social network). Oleh karena itu aktivitas sosial ternyata tidak hanya dapat dilakukan didalam dunia nyata tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya. Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana berkomunikasi, membuat status, berkomentar, berbagi foto dan video layaknya ketika kita berad Teori new media merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media konvensional kearah digital. Dalam teori new media, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi

---

<sup>27</sup> Muh Ilham Haqqani, "Pemanfaatan Media Sosial Intagram Oleh Bhabinkamtibmas Guna Mengantisipasi Penyebaran Hoax Pemilu 2019 Di Polres Banyumas," *Police Studiew Review* 4, no. (1) January (2020): 297–372, <http://journal.akpol.ac.id/index.php/psr/article/view/87>.

yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif.

Kedua, Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki. Ia dalam lingkungan sosial dengan media yang berbeda. Perkembangan di bidang teknologi informasi menyebabkan terjadinya konvergensi.

Media baru (new media) menyatukan semua yang dimiliki media lama, jika surat kabar hanya dapat dibaca dalam media kertas, radio hanya dapat didengar, televisi menyatukan audio dan visual. Melalui internet semua itu dapat disatukan baik tulisan, suara dan gambar hidup. Pengguna internet kini dapat membaca tulisan blog, website, dapat mendengarkan radio melalui internet, dapat menonton siaran berita melalui live streaming atau mengunduh video. Dengan kata lain, semua karakteristik khas masing-masing media lama dapat disatukan dalam dunia new media. Perbedaan khas internet dengan media massa lainnya adalah interactivity (interaktivitas) yaitu kesepakatan untuk berpartisipasi bagi pengguna media dengan media itu sendiri.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Deddy Mulyana, "Kajian Pustaka Dan Kerangka Pemikiran," *Journal of Chemical Information and Modeling* 1, no. 2001 (2016): 41.

Era media baru ditandai dengan konvergensi media. Konvergensi media secara sistematis berarti integrasi tiga elemen telekomunikasi, komunikasi data dan komunikasi massa dalam satu media. Di media baru, penonton mengontrol struktur teks dan penggunaan wadah. Media baru juga memberikan kebebasan kepada khalayak untuk berevolusi untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak lain. Dimana hal ini terjadi, komunikasi terjadi melalui media baru.<sup>29</sup>

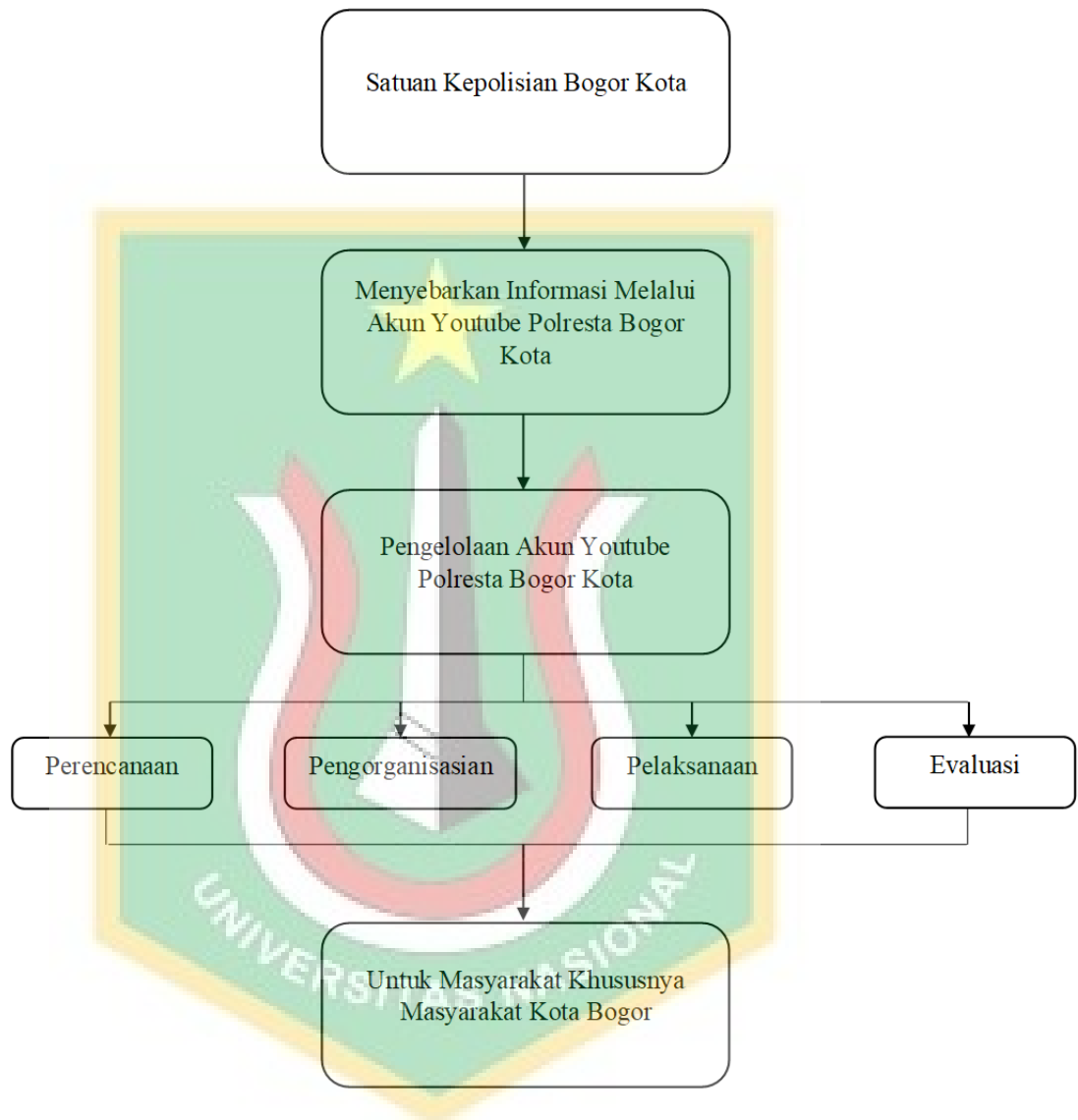
### 2.3.2 Teori The Circular Model of Some

Teori The Circular Model of Some merupakan sebuah model yang diciptakan oleh Regina Luttrell untuk memudahkan para praktisi media sosial untuk melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial. Terdapat 4 aspek dalam model ini, keempat aspek tersebut memiliki kekuatan dalam bagiannya masing-masing. Aspek tersebut adalah Share yaitu membagiakan media sosial melalui jaringan sosial, yang kedua adalah optimize yaitu mengoptimalkan pesan, dari sebuah rencana komunikasi yang kuat yang dioptimalkan, yang ketiga yaitu manage dengan cara mengelola percakapan yang terjadi pada situs sosial, yang terakhir yaitu engage yaitu mengajak untuk melakukan dengan membuat konten yang menarik agar dapat menghibur dan berinteraksi dengan followers.

---

<sup>29</sup> Ridwan et al., "Perubahan Budaya Komunikasi Pada Pengguna," *Aliran Fluida* 1, no. July (2016): 18

## 2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran