BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial yang satu sama lain akan terus saling berhubungan. Tidak adanya komunikasi maka hubungan antar manusia tidak akan terjadi, maka dari itu komunikasi menjadi unsur yang fundamental atau unsur terpenting bagi individu untuk menjadi makhluk sosial atau mampu hidup didalam lingkungan bermasyarakat. Salah satu dampak yang timbul dari masyarakat yang haus akan informasi menimbulkan adanya fenomena interaksi sosial *online*. Perubahan yang sangat berbeda dari dahulunya masyarakat hanya mengenal internet sosial secara nyata *(face to face)* tetapi saat ini manusia dapat berinteraksi dengan orang lain melalui internet. Sejak kemunculan internet sangat mempermudah dalam proses komunikasi dan bertukar informasi di seluruh penjuru dunia. Dimana komputer-komputer saling berhubungan dari satu jaringan sehingga terjadi pertukaran informasi.

Dalam berinteraksi di dunia nyata, apabila ada dua orang bertemu, interaksi sosial dimulai pada saat itu. Mereka saling menegur, berjabatan tangan, saling berbincang bahkan sampai mungkin berkelahi. Aktivitas-aktivitas semacam itu merupakan bentuk- bentuk interaksi sosial. Walaupun orang- orang yang bertemu muka tersebut tidak saling berbicara atau tidak saling menukar tanda-tanda, interaksi sosial telah terjadi, karena masing-masing sadar akan adanya pihak lain yang menyebabkan perubahan-perubahan dalam perasaan maupun

syaraf orang-orang yang bersangkutan, yang disebabkan oleh misalnya bau keringat, minyak wangi, suara berjalan, dan sebagainya semuanya itu menimbulkan kesan didalam pikiran seseorang, yang kemudian menentukan tindakan apa yang akan dilakukannya.

Keberadaan internet sedikit banyak telah mengubah pola interaksi masyarakat. Pola interaksi dilakukan tanpa harus dalam satu ruang dan waktu bersamaan. Internet meleburkan batas-batas yang menghambat seseorang untuk berinteraksi. Dengan adanya modernitas, hubungan ruang dan waktu terputus dan kemudian ruang perlahan-lahan terpisah dari tempat. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa manusia menciptakan interaksi baru tanpa harus bertemu fisik yang salah satunya melalui internet.

Meningkatnya masyarakat yang menggunakan internet munculnya situs-situs yang menyediakan berbagai jenis informasi, sehingga maraknya industri global dan beralih semua media dalam bentuk digital sampai proses pertukaran informasi dengan sangat mudah. Internet merupakan prodak teknologi yang dimanfaatkan oleh masyarakat banyak. Dari internet memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Pada masa lalu masyarakat berinteraksi secara *Face to Face* atau langsung bertemu. Pada zaman sekarang masyarakat berinteraksi di dalam dunia maya atau melalui interaksi sosial *online*. Melalui kecanggihan teknologi informasi masyarakat memiliki alternatif lain untuk interaksi sosial.

Dengan perkembangan media yang sangat pesat terutama pengguna internet atau media *online* yang tumbuh pesat pada sekitaran 1990-an berupa

jaringan. Program inilah yang disebut www, atau *World Wide Web*, berjalan dengan perkembangan komunikasi yang semakin berkembang, kebutuhan informasi yang meningkat. Menggunakan media sebagai sarana penyampaian informasi kepada khalayak banyak sebagai alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan, meneruskan atau menyebarkan sebuah pesan, terlihat dari banyaknya media terutama media *online* yang berbasis penyampaian informasi berbasis internet sistem yang ikut serta dalam perkembangan komunikasi. Media *online* adalah sebuah organisasi yeng menyebarkan informasi yang berupa produk berupa pesan yang bisa mempengaruhi berbentuk virtual.

Dari internet dapat menghubungkan antar manusia dari berbagai belahan dunia hingga penjuru dunia yang tidak saling mengenal nya dengan cara mengkoneksikan komputer dengan jaringan internet interaksi antara manusia bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup baik kebutuhan jasmani maupun rohani salah satunya adalah kebutuhan akan informasi. Dari hari ke hari penggunaan media sosial kian pesat dengan semakin banyaknya media sosial baru bermunculan yang seiring pula dengan makin mudahnya akses internet di rumah-rumah, juga dengan berkembangnya teknologi telepon pintar telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari sebagian besar masyarakat Indonesia dan bukan lagi suatu kemewahan untuk mengakses internet melalui peralatan canggih tersebut.

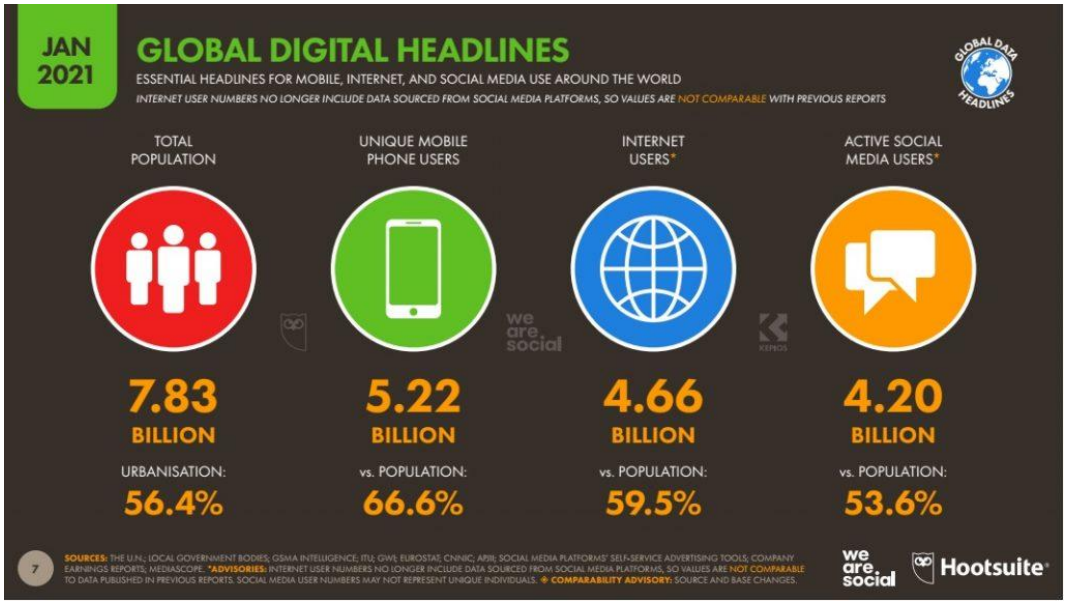
Perkembangan media sosial ini kemudian mengubah pola komunikasi masyarakat saat ini. Masyarakat kini gemar menulis komentar mengenai isu apapun, baik pribadi maupun isu sosial di dalam media sosial. Tulisan tersebut yang ditulis dalam jaringan, akan dapat langsung tersebar saat itu juga ke berbagai

belahan dunia. Penyebaran informasi tidak lagi hanya melalui mulut ke mulut, namun juga lewat media sosial. Bahkan penyebaran informasi lewat media sosial memiliki dampak yang lebih besar lagi, karena cakupannya yang meliputi seluruh dunia yang terkoneksi lewat jaringan. Berkembangnya kepopuleran media sosial yang begitu pesat tidak lain karena media sosial sangat efektif dan efisien dalam penyebaran informasi dan meminimalkan salah paham dalam penyampaian pesan.

Salah satu dari kegunaan berbagai media sosial yaitu *Instagram* berfungsi untuk media informasi. Dahulu media informasi hanya sebatas media cetak dan elektronik, sekarang media informasi sudah merambah ke dunia internet. Melihat kecepatan tersebarnya informasi di new media membuat masyarakat berpaling dari media konvensional ke *new media*, yang dalam hal ini adalah media sosial. Media sosial kini tidak hanya untuk media hiburan saja, tetapi juga sebagai wadah informasi yang praktis dan mudah diaplikasikan.

Dalam penyebaran informasi, internet (dalam hal ini media sosial) telah meminimalkan biaya dan waktu dalam penyampaiannya. Penyampaian informasi yang dahulu hanya dapat dilakukan kepada segelintir orang, kini dapat disampaikan hingga kepada milyaran orang. Penyampaian yang dilakukan lewat medium tulisan juga meminimalkan salah tafsir akan pesan yang disampaikan karena pesan yang disampaikan terekam jelas lewat medium tersebut. Oleh karena itu, jelas sekali bahwa media sosial merupakan alat komunikasi yang murah dan mampu menjangkau banyak kalangan, sehingga cocok sebagai medium dalam berinformasi.

Di era modern sekarang ini perkembangan internet sudah dapat dirasakan disetiap sektor kehidupan. Menurut data dari *We Are Social (wearesocial.com)* pengguna internet aktif di seluruh dunia mencapai angka Pengguna Internet: 4,66 milyar (59,5% dari jumlah populasi di dunia) untuk di tahun 2021. Sedangkan Pengguna Media Sosial Aktif: 4,20 milyar (53,6% dari jumlah populasi di dunia). [1]Gambar dibawah ini data pengguna internet dan media sosial tahun 2021 di seluruh dunia:



Gambar 1.1 *Media Sosial Sumber: Hootsuite (we are social)*

Jumlah populasi penduduk di dunia pada tahun 2021 mencapai 7,83 milyar. Sebanyak 5,22 milyar penduduk menggunakan mobile unik, pengguna

[1] https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/ (diakses pada tanggal 19 juni 2022)

internet sebanyak 4,66 milyar dan pengguna sosial media aktif mencapai 4,20 milyar.[2]

Sosial media sangat menarik dari berbagai kalangan masyarakat Indonesia. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2021 mencapai sebanyak 202,35 juta atau 76,8%. Sesuai karakter penduduk yang *socialable*, maka netizen paling banyak adalah pengguna media sosial. Dari anak-anak hingga orang-orang dewasa menggunakan sosial media untuk berbagai macam kegiatan. Media sosial yang sering digunakan ialah seperti *Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Path, Line, Whatsapp, tiktok*.

Sosial media mempunyai keunggulan dan ketertarikan bagi penggunanya sendiri. Media sosial banyak menawarkan kemudahan yang membuat pengguna betah berlama-lama dalam menggunakannya. Dari ketergantungan tersebut juga memberikan dampak positif maupun negatif. Adapun dampak negatifnya seperti, *hoax*, sarkasme, kata-kata tidak sopan, memaki, menghujat, memfitnah, *cyber bullying*. Sekarang banyak sekali media sosial yang beredar dimasyarakat saat ini. Media sosial bisa menjadi cara untuk melihat berbagai hal, termasuk foto dan video yang diposting di berbagai media sosial, termasuk *Instagram*. Karena media sosial dapat memenuhi kebutuhan mereka hingga interaksi sosial pun lebih mudah.

Di era modern jaman sekarang, meningkatnya popularitas media sosial *Instagram* setiap harinya. Seakan-akan media sosial *Instagram* menjadi salah satu

[2] Ibid

aplikasi media sosial yang wajib memiliki akunnya dan tidak boleh dilewatkan oleh para penggunanya. Media sosial *Instagram* adalah aplikasi yang paling besar diminati karena kecenderungan dari pengguna internet ialah mereka lebih tertarik menggunakan bahasa visual. Membandingkan dengan aplikasi media sosial yang lainnya, aplikasi *Instagram* mempunyai fitur yaitu membantu para penggunanya untuk berinteraksi melalui foto dan video. Setiap penggunanya memanfaatkan media sosial Instagram dengan tujuan tertentu, salah satunya ialah menulis komentar sesuai opini dan pendapat mereka secara bebas.

Instagram sebagai salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru ditengah – tengah masyarakat khususnya dikalangan anak muda yang memakai sosial media dikehidupan sehari-harinya. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya. *Instagram* berdiri pada tahun 2010 yang didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom yang merupakan pemrogram komputer dan pengusaha internet. Kata *Instagram* sendiri berasal dari kata Insta, yang berarti *Instan*, dan *Gram* yang diambil dari kata telegram.

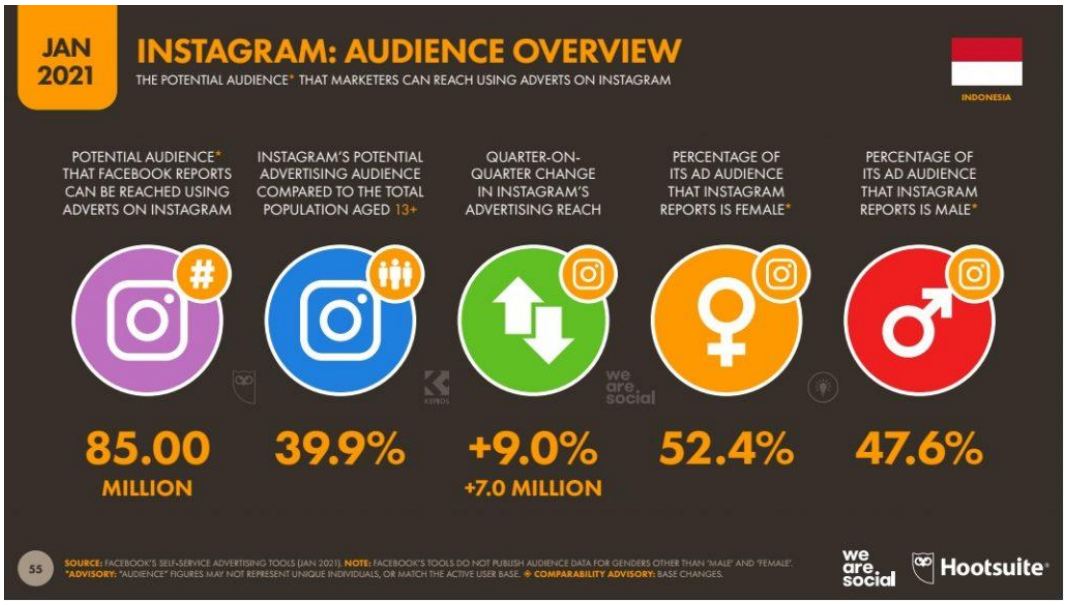
Fungsi *Instagram* dapat mengunggah foto atau video, mempublikasikannya, sistem pertemanan di *Instagram* menggunakan istilah *follower* (pengikut) dan *following* (orang yang diikuti. Dan juga *instragram* mempunyai fitur *like* atau *comment* sehingga orang dapat memberikan apresiasi berupa tanda *like* atau *comment* pada foto yang di unggah. Manfaat dari *Instagram* adalah sebagai media promosi, informasi, dan tempat menyalurkan ide kreatif melalui foto atau video. Tidak hanya itu sekarang pun media Instagram menjadi

wadah berinteraksi sosial dengan jangkauannya yang luas akan memudahkan kita untuk berinteraksi dengan orang yang jauh, mendapatkan informasi dari berbagai belahan dunia, mempertemukan kita dengan orang yang memiliki keterkaitan yang sama, dan dapat membangun relasi dengan cepat dan luas. Melalui aplikasi media sosial instagram, kita dapat bercakap-cakap atau ngobrol dengan orang lain melalui fasilitas yang ditawarkan oleh setiap aplikasi media sosial.

Kehadiran media sosial Instagram membuat ruang privat seseorang melebar dengan ruang publik. Adanya fitur *upload* atau nge-*share* setiap kegiatan pribadinya untuk di sampaikan kepada orang lain atau teman-temannya yang memiliki media sosial, begitu juga sebaliknya ia dapat melihat dan menyerap apa yang di *sharing* oleh para pengguna *instagram* lainnya, dengan begitu dalam perkembangannya media sosial tersebut menjadi salah satu media untuk melakukan aktivitas dan interaksi sosial bahkan menemukan komunitas. Media sosial yang kini popular digunakan meliputi *Twitter, Facebook, Tiktok,* dan *Instagram* dengan pengguna tertinggi yaitu *Instagram*. Masyarakat mulai beralih lebih menggunakan media sosial Instagram karena dianggap memiliki fitur yang lebih unggul dibandingkan media sosial lainnya.

Instagram saat ini menjadi salah satu aplikasi yang paling populer dikalangan remaja tidak terkecuali di Indonesia juga. *Instagram* pada tahun 2016 mendapati jumlah pengguna naik yakni menjadi 400 juta pengguna dari sekitar 80 juta. Jumlah pengguna *Instagram* semakin terjadi peningkatan sebanyak 100 juta dari sebelumnya 300 juta pengguna. Di negara Indonesia sendiri ada 12.000

pengguna yang tergabung ke media sosial *Instagram*. Dan pada tahun 2021 pengguna *Instagram* diseluruh Indonesia:



Gambar 2 Pengguna Instagram Sumber: Hootsuite (we are social)

Pada tahun 2021, pengguna *Instagram* di Indonesia mengalami kenaikan yang sangat signifikan yaitu mencapai 85 juta jiwa. Menurut riset *We Are Social* pengguna *Instagram* rata-rata berusia 13 tahun keatas. Persentase pengguna *Instagram* berkelamin perempuan sebanyak 52,4% dan persentase pengguna *Instagram* laki-laki sebanyak 47,6%.[3] Salah satu dari sekian banyak media sosial itu adalah *Instagram*. Instagram merupakan sebuah aplikasi *Microblogging* yang mempunyai fungi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan.

Menurut Widiartanto kepopularitasan *Instagram* diantara kaum remaja dapat mengalahkan *Facebook*. Survei yang telah dilakukan oleh lembaga riset

[3] Op. cit, hlm 5

Piper Jaffray terhadap responden remaja Amerika Serikat (AS) menunjukkan bahwa 33 persen para remaja yang berusia 13 hingga 19 tahun cenderung lebih menyukai serta lebih banyak mengakses *Instagram*, sedangkan yang mengakui menyukai *Twitter* yakni sebesar 20 persen, sehingga ditempatkan menjadi peringkat kedua. Melalui survei yang dilakukan, terungkap pula demografi pengguna *Instagram* berdasarkan umur. Mayoritas, *Instagram* didominasi pengguna aktif berusia 18-24 tahun dengan persentase 59 persen. Sementara, pengguna 25-34 tahun sebanyak 30 persen, dan pengguna 34-44 tahun berada di angka 11 persen.[4]

Instagram kemudian dipandang sebagai media sosial dengan efek yang luar biasa dan menjanjikan. Pemanfaatan media sosial inipun semakin berkembang, sebagai media hiburan, sebagai media komersil ataupun non komersil dan juga sebagai media dan sarana informasi. Hal ini akhirnya menjadi perhatian masyarakat dan kemudian dimanfaatkan untuk menjadi media informasi tentang segala sesuatu.

Seiring dengan perkembangan media sosial yang berkembang dengan sangat pesat mengakibatkan timbulnya persaingan antara media sosial dengan media massa yang mampu bertahan hingga sekarang. Sebelumnya media massa televisi masih merebut porsi paling besar. Data dari hasil riset Nielsen (2016) memperlihatkan pasar iklan televisi masih mampu meraih 60% dari total iklan pada 2016. Sedangkan raihan iklan pada media *online* masih terhitung kecil, akan

[4] Rizki, A. I. Hubungan Antara Intesitas Penggunaan Media Sosial. 2017

tetapi mengalami kenaikan yang terus signifikan. Angka ini terus mengalami perubahan dan menjadikan media sosial menjadi media yang unggul.

Nielsen Media Consumer melakukan riset pada tahun 2017 dengan hasil mengelompokkan usia di bawah 34 tahun atau generasi milenial (20-34 tahun) dan generasi Z (10-19 tahun) sudah jarang menonton televisi.[5] Adapun kedua dari generasi ini banyak menggunakan internet sebagai sarana mencari informasi dan hiburan. Televisi dan media sosial saat ini melahirkan banyak acara-acara program televisi yang mengitegrasikan berbagai kemungkinan ditawarkan oleh internet ke dalam program mereka. Salah satu caranya adalah memanfaatkan media sosial. Kini, hampir semua acara televisi memiliki platform media sosialnya sendiri. Manfaat media sosial ialah untuk memberikan kesempatan untuk berinteraksi atau mengobrol *online* mendiskusikan berbagai topik yang terkait dengan program acara.

Kini beberapa stasiun televisi seperti (RCTI, Trans Tv, Trans 7, Metro Tv, Tv One, Antv, Global Tv, SCTV dll) berlomba-lomba memberikan berbagai tayangan mulai dari musik, berita, olahraga sampai dengan sinetron untuk menarik perhatian pemirsanya. Melalui siaran televisi pula, kita dapat melihat kecenderungan gaya hidup masyarakat di berbagai tempat. Tidak terkecuali gaya hidup hedonisme dan konsumerisme yang akhir-akhir ini mendapat sorotan tajam dari berbagai lapisan masyarakat.

Dulunya televisi sebagai salah satu media massa bisa dibilang sudah menjadi bagian dari kebutuhan. Dengan kelebihan audio dan visualnya, beragam

---

[5] https://global.nielsen.com/news-center/2016/gen-z-konsumen-potensial-masa-depan/ (diakses tanggal 17 Juli 2022)

program acara yang ditayangkan bisa diterima dengan baik oleh indera kita. Keragaman program acara yang ditayangkan mampu memberikan kebebasan kepada masyarakat luas untuk memilihnya sesuai dengan kebutuhan. Program acara televisi makin marak ketika muncul beberapa stasiun televisi baru. Program acara dalam bentuk informasi aktual, infotaiment, kuis, dokumenter, film kartun, film seri, sinetron, dan atau film lepas menjadi produk televisi untuk bersaing mencari penonton sebanyak mungkin dan mendapat rating terbaik. Televisi berusaha menjangkau berbagai latar belakang masyarakat, budaya, gender, dan kehidupan sosial.

Banyaknya program acara televisi dalam pengembangan kreatifitas membuat stasiun televisi bersaing untuk menarik minat penonton. Stasiun televisi terus bersaing tidak hanya memberikan informasi terkini, sesuai fakta, namun juga memberikan tayangan yang tetap menghibur, serta mampu mengedukasi penonton.

Dalam dunia industri media televisi, terdapat 2 jenis program tv yang terbagi yaitu; program junalistik dan program artistik. Program jurnalistik merupakan program berita yang segala bentuk di dalamnya adalah hal yang berdasar pada fakta, baik *hard news*, *soft news*, ataupun *talkshow*. Sedangkan program artistik adalah program yang mengutamakan hiburan di dalamnya, seperti program *entertainment*, komedi, sinetron, drama, *reality show*, *variety show* dan *talkshow* komedi.

Di Indonesia, istilah sinetron pertama kali dicetuskan oleh Bapak Soemardjono, salah satu pendiri Institut Kesenian Jakarta (IKJ). Tak banyak yang

mengetahui jika sinetron adalah kepanjangan dari Sinema Elektronik. Hal ini dikarenakan sinetron adalah sebuah tayangan sinema (film) berseri yang ditonton melalui media elektronik (Televisi). Sinetron berbeda dengan film. Sinetron adalah sebuah tayangan berseri yang dibuat (bisa) sampai berpuluh- puluh episode sementara Film adalah sebuah tayangan lepas serta berdurasi pendek.[6]

Dari beberapa sinetron yang tayang pada stasiun televisi swasta salah satunya SCTV. SCTV merupakan kepanjangan dari Surya Citra Televisi. SCTV merupakan stasiun jaringan televisi kedua di Indonesia setelah RCTI.[7] SCTV juga merupakan televisi lokal yang terkenal dengan sinetronnya. Seperti Roda-Roda Gila, Love Story The Series, Cinta 2 Pilihan, Cinta Setelah Cinta dan Buku Harian Seorang Istri ,judul berikut merupakan kelima sinetron yang sedang tayang di SCTV tahun 2022.

Penulis lebih memilih peranan interaksi sosial pada sinetron Buku Harian Seorang Istri yang ditayangkan di SCTV. Alasan mengapa penulis memilih sinetron Buku harian Seorang Istri ialah karena melihat dari rating *Share* dan *TVR* paling tertinggi daripada sinetron lain yang tayang di SCTV. Program televisi sinetron Buku Harian Seorang Istri di produksi pada awal tahun 2021 bulan Januari tanggal 12, diproduksi oleh SinemArt dan tayang pasa stasiun televisi SCTV setiap hari pada jam 19.30-21.30 WIB. Sinetro Buku Harian Seorang Istri bergenre drama dan romantis yang akan menyemarakkan layar kaca televisi. Pemeran Utamanya diperankan oleh Zoe Abbas Jackson dan Cinta Brian Glen Robert menjadi pasangan suami istri pada sinetro Buku Harian Seorang Istri. Dan

---

[6] http://www.penayasin.com/2011/01/sejarah-sinetron-indonesia.html diakses tanggal 16 Juli 2022
[7] https://id.wikipedia.org/wiki/SCTV *diakses tanggal 21 Mei 2022*

peran lainnya dibintangi sejumlah pesinetron yang tak asing lagi di layar kaca Indonesia yakni mulai dari Antonio Blanco Jr, Hana Saraswaty, Mahdy Reza, Dian Utami, dan masih banyak lagi. Akan tetapi tidak hanya itu ada beberapa pemeran muda yang baru debut di dunia televisi yaitu Callista Arum dan Asha Maria Assuncao.

Sinetron ini menceritakan kisah pasangan suami istri yang terpaksa menikah karena permintaan orang tuanya. Keterpaksaan ini yang membuat pernikahan mereka tidak berjalan dengan mulus seperti yang diidam-idamkan sang istri.[8] Pasangan suami istri banyak melalui cobaan yang betubi-tubi tetapi mereka tetap tegar dan menjalani bersama-sama. Sang istri yang suka mencurahkan isi hatinya di buku harian nya. Kehidupan rumah tangganya sangat jauh dari angan-angan selama ini. Meski sulit menemukan kebahagian, pasangan suami istri ini bertekad akan mempertahankan rumah tangganya.

Saat ini media massa khususnya stasiun televisi melakukan perubahan pola produksinya dengan memanfaatkan media sosial. Televisi SCTV secara intensif memanfaatkan media sosial sebagai referensi sumber berita dan agenda setting. Televisi juga mau tak mau harus melakukan konvergensi media dalam rangka meraih penonton karena terlihat adanya persaingan yang ketat. Televisi berharap mendapatkan keuntungan dan kemanfaatan dalam kecepatan informasi *(real time)* sekaligus perluasan penyebaran *(virality)* serta memungkinkan komunikasi dua arah dengan permisa atau penonton sekaligus mendapatkan

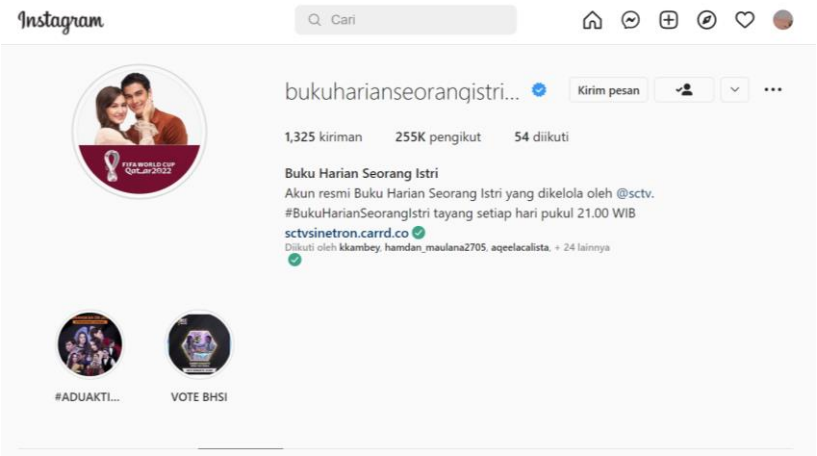
[8] https://id.m.wikipedia.org/wiki/Buku_Harian_Seorang_Istri, *diakses tanggal 07 Oktober 2021*

umpan balik *(feedback)* seketika sebagai bahan evaluasi dan peningkatkan kualitas konten penyiaran.

Lembaga penyiaran televisi yang tidak ketinggalan memanfaatkan media sosial adalah Surya Citra Televisi (SCTV). SCTV menyadari tingginya pengguna media sosial khususnya Instagram yang sedang popular di kalangan masyarakat. SCTV juga mempunyai Instagram agar bertujuan untuk mempromosikan program dan berinteraksi secara langsung dengan masyarakat melalui media sosial. Tak mau kalah juga kini sinetron di SCTV pun memiliki akun *Instagram*. Adapun berikut akun *Instagram* dari sinetron pada SCTV yaitu @lovestorytheseries.sctv dengan *followers* 166K, @cintasetelahcinta.sctv dengan *followers* 133K dan akun *instagram* @Bukuharianseorangistri.sctv dengan *followers 255K*.[9] Media sosial Instagram berkembang sebagai sarana jembatan interaksi berbagai kalangan di seluruh dunia. Perkembangan ini tentu saja langsung dimanfaatkan sebagai media promosi dan informasi yang dinilai paling efektif. *Instagram* banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi informasi. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan *"follow", "like"* dan *"comment"* yang menjadikan *Instagram* banyak penggunanya dan popular. Namun tujuan dibuatnya *Instagram* bukanlah hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi melalui media gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat. *Instagram* menjadi layanan *photo sharing* yang

[9] https://www.instagram.com (diakses 26 Juli 2022)

handal dengan sejuta pengguna.[10] Pengguna *Instagram* dapat menjangkau lebih banyak pembaca/pengunjung melalui tampilan baru tersebut. Public yang tidak memiliki akun *Instagram* juga dapat menikmati seluruh foto yang ada di *Instagram* melalu *website* ini tanpa harus melakukan pendaftaran terlebih dahulu.



Gambar 3 Akun Instagram Buku Harian Seorang Istri Sumber: Instagram

Hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam pada akun *Instagram* salah satu sinetron SCTV di tahun 2022 yang memiliki *followers* paling banyak mencapai 256K diantara sinetron lainnya yaitu sinetron berjudul Buku Harian Seorang Istri. Sinetron Buku Harian Seorang Istri ini menurut Lembaga AC Nielsen pernah meraih Rating hingga 22% dari keseluruhan acara TV di stasiun televisi SCTV dan juga sudah mencapai episode 800[11] Selain itu alur cerita yang dibangun dalam sinetron ini dinilai sangat berkesinambungan dengan kehidupan sehari-hari sehingga mampu membuat penonton mengikuti sinetron ini. Dan sinetron ini sudah berakhir pada bulan

[10] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel.* Jakarta: Media Kita. Hal 13
[11] https://global.nielsen.com/ (diakses tanggal 26 Juli 2022)

September 2022. Pada akun Instagram @bukuharianseorangistri.sctv juga menjadi wadah interaksi sosial antar followers dan menimbulkan aspek-aspek interaksi sosial didalamnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulisan tersebut, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut : "Bagaimana Fungsi Akun *Instagram* @bukuharianseorangistri.sctv dalam Interaksi Sosial antar *Followers*"

1.3 Tujuan Penilitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penulisan ini ialah untuk mengetahui fungsi akun *Instagram* @Bukuharianseorangistri.sctv dalam interaksi sosial antar *followers*.

1.4 Kegunaan Penilitian

1. Manfaat Teoritis

   Manfaat teoritis yang diharapkan dari dilakukannya penulisan ini ialah memberikan peran penting terhadap pengembangan keilmuan dibidang Ilmu Komunikasi. Selain itu, penulis berharap hasil penulisan ini dapat dijadikan sebagai referensi atau acuan penulisan-penulisan yang dilakukan selanjutnya.

2. Manfaat praktis

   Manfaat praktis yang diharapkan dari penulisan ini ialah untuk memberikan kontribusi berupa masukan dan saran terutama terhadap *Instagram* akun @Bukuharianseorangistri.sctv agar dapat memaksimalkan fungsinya dalam meningkatkan interaksi antar *followers* didalam akun @Bukuharianseorangistri.sctv.

2.1 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN :

Bab ini merupakan awal dari keseluruhan yang berisikan antara lain: Latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA :

Bab ini merupakan kajian teori yang berisikan antara lain: Kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENULISAN :

Bab ini menjelaskan variabel penulisan, metode pengumpulan data, waktu dan tempat penulisan, validitas data dan teknis analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN :

Bab ini menjelaskan hasil dari penulisan pembahasan.

BAB V PENUTUPAN :

Bab ini berisikan Kesimpulan dari semua pembahasan, serta daftar pustaka lampiran.