

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penulisan Terdahulu yang Relevan

Penulisan terdahulu adalah upaya penulis untuk mencari perbandingan dan untuk telaah kepustakaan. Penulisan terdahulu yang diambil oleh penulis haruslah relevan dengan judul atau topik penulisan yang akan dilakukan oleh penulis. Penulisan terdahulu memiliki fungsi untuk memperluas dan memperdalam dari berbagai teori yang akan digunakan pada kajian penulisan yang akan dilakukan. Sehingga penulis dapat membuat sebuah penulisan yang baru dan orisinal penulisan. Pada bagian ini penulis mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Berikut penelitian terdahulu yang terkait dengan tema yang penulis kaji.

Tabel 2.1 Penulisan Terdahulu

No	Nama Penulis	Tahun	Judul	Metode	Teori Penelitian	Hasil
1	RA Manampiring	2015	Peranan Media Sosial Instagram	Kualitatif	Penelitian ini mengguna kan Teori	Hasil penulisan menunjukk an bahwa

			dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado (Studi pada Jurusan IPA Angkatan 2012)		uses and gratification	siswa sering menggunakan media sosial terlebih instagram sebagai sarana kepuasan mereka untuk hiburan, saling meniru dan mengidentifikasi. Postingan di instagram dapat membuat mereka
--	--	--	---	--	------------------------	--

						saling bersimpati serta siswa mengangga p instagram berperan dalam interaksi sosial mereka dikalangan sekolah
2	Vitri Nainggolan	2018	Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasisw a Fakultas	Kualitatif	Penelitian ini mengguna kan Teori media baru and teori interaksi sosial	Hasil dari penulisan ini menunjukk an bahwa media sosial Instagram sangat berperan penting

			Ilmu Sosial dan Politik UNSRAT Manado			dalam interaksi sosial antar mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado.
3	Dewi Nuraeni	2019	Peran New Media dalam Interaksi Sosial Anak Muda (Penggunaan Instagram di Kalangan Siswa	Kualitatif	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang di kembangkan oleh George Herbert Mead yakni interaksi	Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa. Instagram sebagai sarana interaksi dengan 9 fungsi kegunaan diantaranya , untuk

			Siswi SMPN 3 Tangsel)		nisme simbolik.	interaksi, mencari teman, menyalurka n hobi, stalking, berbelanja online, eksistensi diri, untuk menunjukk an gaya hidup, mencari informasi, dan untuk hiburan. Dengan berbagai aktivitas yang bisa di lakukan dan
--	--	--	-----------------------------	--	--------------------	--

						interaksi sosial yang terjadi penggunaan instagram tersebut para pengguna dapat menemuka n komunitas baru melalui adanya followers, following atau yang disebut dengan netizen sebagai masyarakat
--	--	--	--	--	--	---

						(society), yang memediasi pikiran (Mind), dan menemuka n komunitas sebagai diri (self) para pengguna diantaranya , komunitas fans club ARMY, komunitas motor custem, komunitas kumpulan 2017 dll.
--	--	--	--	--	--	---

Pertama, penelitian yang dilakukan RA Manampiring (2015) dalam penelitiannya berjudul “Peranan Media Sosial *Instagram* dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri 1 Manado (Studi pada Jurusan IPA Angkatan 2012”.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori *uses and gratification*. Hasil penelitian ini juga adalah menunjukkan bahwa siswa yang sering menggunakan media sosial khususnya *Instagram* menjadikan sebagai sarana kepuasan untuk hiburan, saling meniru dan mengidentifikasi. Postingan di *instagram* juga dapat membuat mereka saling bersimpati serta siswa menganggap bahwa *instagram* sangat berperan dalam interaksi sosial mereka dikalangan lingkungan sekolah mereka. Karena *Instagram* menjadi salah satu alternatif hiburan bagi siswa untuk saling berinteraksi, mencari informasi, dan hiburan. Keberadaan media sosial tidak membatasi ruang dan waktu, jadi siapapun dan kapanpun bisa digunakan setiap saat. Persamaan penelitian RA Manampiring dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut :

1. Objek yang diteliti adalah sama-sama media sosial *Instagram* dan Interaksi Sosial.
2. Jenis dan metode pendekatan penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Sedangkan perbedaan penelitian RA Manampiring dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Subjek dalam penelitian sebelumnya adalah antar siswa SMA Negeri 1 Manado sedangkan penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah antar *followers* yang - mem-*follow* akun @bukuharianseorangistri.sctv.
2. Teori yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah teori *uses and gratification* sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teori media baru dan interaksi sosial.
3. Fokus dalam penelitian sebelumnya adalah peran media sosial *Instagram* sedangkan penelitian ini fokus pada penelitian fungsi *Instagram* dalam interaksi sosial.

Kedua, penelitian ini yang dilakukan oleh Vitri Nainggolan (2018) dalam penelitian yang berjudul “Peranan Media Sosial *Instagram* dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNSRAT Manado”. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori media baru and teori interaksi sosial. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* sangat berperan penting dalam interaksi sosial antar mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. Dengan pesatnya perkembangan *new media*, telah memberikan dampak terhadap situs-situs komunikasi, dari sekedar *email* dan *chatting*, menjadi media sosial atau jejaring sosial. Salah satu media sosial yang sedang banyak digunakan oleh pengguna *gadget* saat ini adalah *Instagram*. Memiliki penilaiannya sendiri terhadap *Instagram*, bagi mereka *Instagram* memiliki dua sisi yang berimbang, yaitu sisi positif dan sisi negatif. Media sosial *Instagram* sangat berperan dalam berinteraksi sosial antar mahasiswa. Peran pertama adalah sebagai media

perluasan diri dalam kehidupan sosial remaja, untuk mengetahui keadaan orang-orang disekitarnya, serta memberikan informasi tentang keadaannya kepada orang-orang disekitarnya. Peran kedua, sebagai media perluasan diri dalam mengembangkan minat pribadi dan minat spiritual, dimana *Instagram* digunakan sebagai tempat belajar dan menunjukkan minat pribadinya kepada orang-orang. Sedangkan untuk minat spiritual, remaja cenderung mengacuhkannya. Peran ketiga adalah sebagai media untuk menghibur diri, melalui konten-konten yang menghibur dan menunjukkan kelucuan mereka kepada orang lain. Peran keempat sebagai media untuk mengungkapkan emosi. Mereka tidak takut dengan persepsi buruk dari orang lain tentang pengungkapan emosi diri tersebut. Hal tersebut menunjukkan belum adanya keseimbangan emosi bagi para remaja. Peran kelima adalah sebagai media untuk membentuk citra diri yang baru, seolah-olah dirimereka lebih baik di *Instagram* ketimbang di kehidupan sehari-hari. Persamaan penelitian Vitri Nainggolan dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut :

1. Objek yang diteliti adalah sama-sama media sosial *Instagram* dan Interaksi Sosial.
2. Jenis dan metode pendekatan penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif.
3. Teori yang digunakan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini sama sama menggunakan teori media baru dan interaksi sosial.

Sedangkan perbedaan penelitian Vitri Nainggolan dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Subjek dalam penelitian sebelumnya adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UNSRAT Manado sedangkan penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah antar *followers* yang memfollow akun @bukuharianseorangistri.sctv.
2. Fokus dalam penelitian sebelumnya adalah peran media sosial *Instagram* sedangkan penelitian ini fokus pada penelitian fungsi *Instagram* dalam interaksi sosial.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Dewi Nuraeni (2019). Berjudul “Peran *New Media* dalam Interaksi Sosial Anak Muda (Penggunaan *Instagram* di Kalangan Siswa Siswi SMPN 3 Tangsel)”. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori yang di kembangkan oleh George Herbert Mead yakni interaksionisme simbolik mengenai interaksi individu dalam suatu masyarakat sosial, terdapat teori yang di kemukakan oleh George Herbert Mead yakni teori interaksionisme simbolik, menurutnya individu-individu di dalam masyarakat tidak dilihat sebagai mahluk-mahluk yang di motivasi oleh faktor-faktor dari luar yang berada di luar kontrol mereka dalam bertindak, sebaliknya ia melihat manusia sebagai mahluk yang reflektif dan karena itu bisa bertingkah laku secara reflektif. Teori ini digunakan karena mampu menjelaskan mengenai proses-proses yang terjadi antar individu dengan individu, dan antara individu dengan masyarakat. Dalam hal ini pemahaman tentang proses-proses interaksi sosial dan akibat-akibatnya bagi individu dan masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa. *Instagram* sebagai sarana interaksi dengan 9 fungsi kegunaan diantaranya, untuk interaksi, mencari teman, menyalurkan hobi, *stalking*, berbelanja *online*, eksistensi diri,

untuk menunjukkan gaya hidup, mencari informasi, dan untuk hiburan. Dengan berbagai aktivitas yang bisa dilakukan dan interaksi sosial yang terjadi penggunaan *instagram* tersebut para pengguna dapat menemukan komunitas baru melalui adanya *followers*, *following* atau yang disebut dengan netizen sebagai masyarakat (*society*), yang memediasi pikiran (*Mind*), dan menemukan komunitas sebagai diri (*self*) para pengguna diantaranya, komunitas fans club ARMY, komunitas motor custom, komunitas kumpulan 2017 dll. Persamaan penelitian Dewi Nuraeni dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut :

1. Objek yang diteliti adalah sama-sama media sosial *Instagram* dan Interaksi Sosial.
2. Jenis dan metode pendekatan penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Sedangkan perbedaan penelitian Dewi Nuraeni dengan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Subjek dalam penelitian sebelumnya adalah Siswa Siswi SMPN 3 Tangsel sedangkan penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah antar *followers* yang mem-follow akun @bukuharianseorangistri.sctv.
2. Teori yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah teori yang dikemukakan oleh George Herbert Mead yakni teori interaksionisme simbolik sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teori media baru dan interaksi sosial.

3. Fokus dalam penelitian sebelumnya adalah peran *new media* sosial *Instagram* sedangkan penelitian ini fokus pada penelitian fungsi *Instagram* dalam interaksi sosial.

2.2 Kerangka Konsep dan Teori

2.2.1 Fungsi

1) Pengertian Fungsi

Pengertian fungsi menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia merupakan kegunaan suatu hal, daya guna serta pekerjaan yang dilakukan. Fungsi menurut Moekijat dalam Nining Haslinda Zainal, yaitu fungsi adalah sebagai suatu aspek khusus dari suatu tugas tertentu dan juga membutuhkannya komunikasi. Proses komunikasi merupakan bagian dari integral, dari perilaku organisasi yang menjalankan perintah atau tugas-tugasnya adalah tanggung jawab dari pimpinan, staf pimpinan dan pegawai nya. Sesuai dengan tujuan komunikasi, didalam suatu organisasi komunikasi harus mempunyai beberapa fungsi. Fungsi tersebut diantaranya adalah; fungsi informasi, fungsi komando akan perintah, fungsi memengaruhi dan penyaluran serta fungsi integrasi.¹

Salah satu aspek fungsi organisasi yaitu fungsi informasi. Sebuah media (wadah) organisasi menerapkan informasi untuk dapat menyebarluaskan informasi bagi masyarakat, membantu mengatasi keterbatasan ruang, waktu dan daya indra. Fungsi informasi juga dapat bisa menambahkan wawasan pengetahuan baru dan menambahkan wawasan dalam bidang tertentu. Misalnya mencari

¹ Simamora, Prietsaweny Riris T. Komunikasi Organisasi. Yayasan Kita Menulis, 2021.

informasi tentang sesuatu di internet. Penyampaian informasi melalui media massa atau internet biasanya dilakukan untuk mempengaruhi khalayak. Di era media sosial seperti sekarang ini sangat mudah untuk menyampaikan informasi atau pendapat ke ruang publik. Namun, tidak semua informasi atau pendapat sesuai dengan fakta yang ada. Adanya informasi yang valid dari sumber terpercaya akan bermanfaat untuk menilai setiap pendapat yang dikemukakan di ruang publik apakah sesuai dengan informasi tersebut.

2.2.2. New Media

Hadirnya media yang sangat canggih dengan segala kelebihanannya telah menjadi prioritas bagian hidup manusia. *New Media* atau Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Karakteristik dari *new media* adalah dapat diubah (edit), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat *user generated content*. *User-generated content* adalah konten atau isi artikel dalam internet yang ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media internet tidak lagi hanya dapat

dimonopoli oleh pihak berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua internet user.²

Beberapa contoh dari *new media* adalah seperti internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. *New media* merupakan basis media baru dan bukanlah media konvensional seperti televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas. Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa *new media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital.³

Dalam teori *new media*, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yaitu :

1. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi 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 dan berdasarkan pada masyarakat.
2. 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

² Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia, 2018.

³ Chatia, Deniawan, DKK. *New Media Teori dan Aplikasi*. 2014. Hal 30

mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

Definisi lain mengemukakan, *new media* merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman mengikuti perkembangan zaman menyangkut teknologi dan sains, dari semula yang bersifat manual menjadi otomatis , dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas.⁴

Pada penjabaran di atas bisa disimpulkan bahwa media *online* memiliki karakteristik yang unik sehingga tidak menutup kemungkinan akan menjadi sebuah kiblat dalam pencarian informasi ke depannya. Siapapun bisa jadi komunikator dan komunikan dalam media *online*, siapapun bebas mencari dan kemudian menyebarkan informasi yang didapat. Khalayak memiliki kuasa penuh atas informasi yang didapat. Pilihan selanjutnya adalah kepada khalayak tersebut akan dibagaimanakan informasi yang sudah mereka dapatkan selama menembus ruang dan waktu dalam dunia maya.

Salah satu bentuk dari keberadaan *New Media* adalah fenomena munculnya sosial *network* (jejaring sosial). Mengapa disebut jejaring sosial oleh karena ternyata aktivitas sosial tidak hanya dapat dilakukan di dalam dunia nyata (*real*) tapi juga dapat dilakukan di dunia maya (*unreal*). Setiap orang dapat menggunakan jejaring sosial sebagai sarana berkomunikasi, membuat status, berkomentar, berbagi foto dan video layaknya ketika kita berada dalam lingkungan sosial. Hanya saja medianya yang kini berbeda. Ada berbagai jenis media sosial seperti : *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *flicker* dan berbagai jenis

⁴ Haeran, S. S., Gagasan Konsep Inovasi Pendidikan, 2022. Tasikmalaya Edu Publisher, hal.50

media sosial baru yang semakin bermunculan dengan keunggulannya masing-masing. Dengan keberadaan media sosial sebagai media baru, maka penulis menganggap teori media baru relevan dengan keberadaan media sosial.

Ada banyak jejaring sosial yang populer dan memiliki banyak pengguna khusus untuk di Indonesia, dan salah satunya adalah *instagram*. *Instagram* memberikan kekuatan yang luar biasa dan memiliki basis pengguna tersendiri. Masyarakat Indonesia pada khususnya sangat antusias dalam menggunakan media sosial termasuk *Instagram* sebagai salah satu alat pemuas dan pencapai kebutuhan. Media sosial termasuk *instagram* menjadi salah satu sumber informasi dari hadirnya *new media communication*. Dalam *instagram*, terdapat beberapa konten yang diunggah oleh para penggunanya yang memiliki potensi informasi yang dibutuhkan oleh pengguna lainnya. Instagram juga merupakan sebuah perwujudan dari *cyber society*, di dalamnya terdapat beberapa komunitas komunitas yang saling berhubungan dan saling berinteraksi. Hal ini juga menjadi salah satu konsep pertukaran informasi.

2.2.3 Media Sosial Instagram

1) Pengertian Media Sosial

Kehadiran media sosial dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian hidup manusia. Perkembangan zaman menghasilkan beragam media, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan wadah yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Sosial merupakan sebuah atau suatu hubungan timbal balik yang terjadi antar individu atau

kelompok. Ada banyak pemahaman tentang media sosial yang dapat mengakibatkan muncul banyak konotasi. Media sosial yaitu sebuah media *online* yang memiliki kemudahan untuk berpartisipasi, berbagi serta menciptakan isi seperti *blog*, jejaring sosial, forum dan juga dunia virtual untuk penggunanya. *Blog*, serta jejaring sosial menjadi bentuk media sosial yang umum digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia. Dari pengertian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah media yang akan mempermudah penggunanya untuk berinteraksi. Nasrullah mengatakan bahwa “media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media.”⁵ Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Pada dasarnya beberapa ahli yang meneliti internet melihat bahwa media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata.

“Adapun yang dimaksud dengan media sosial pada dasarnya media sosial sama dengan media massa, media massa terbagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti surat kabar, majalah, sedangkan media elektronik seperti radio, televisi, film, media *online* (Internet). Secara umum media sosial didefinisikan sebagai media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.”⁶

⁵ Nasrullah, Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, 2015, Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media hal. 8

⁶ Ardianto, Elvinaro, DKK. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi. Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media.

Selain itu media sosial merupakan salah satu platform yang muncul di media *cyber*. Karena itu, media sosial yang ada tidak jauh berbeda dengan karakteristik yang dimiliki oleh media *cyber*. Adapun karakteristik media sosial yaitu, (1) Jaringan (*network*). Media sosial memiliki karakter yang membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadirannya media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi; (2) Informasi (*information*). Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial karena media sosial terdapat aktivitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi; (3) Arsip (*archive*). Arsip bagi pengguna media sosial mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh atau menyimpan informasi yang bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun; (4) Interaksi (*interactivity*). Berfungsi tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa komentar dan lain sebagainya. Pengguna bisa berinteraksi, baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media; (5) Simulasi Sosial (*simulation of society*). Media sosial memiliki karakter sebagai media media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual (maya). Ibaratkan pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali; (6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*). Konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna yang sudah disebutkan diatas, Adapun

macam-macam media sosial, yaitu: *Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Blog.*⁷

Sedangkan menurut penulis, media sosial merupakan sebuah media *online* dimana setiap penggunanya bisa bebas untuk saling berbagi atau berpartisipasi baik itu informasi maupun hiburan yang mampu mendukung adanya interaksi sosial. Dan penulis menggunakan media sosial *Instagram* untuk penelitian karena media sosial *Instagram* merupakan media yang sedang populer di kalangan masyarakat.

2) Pengertian *Instagram*

Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri, *Burn.Inc*. Sampai akhirnya diakuisisi oleh *facebook* pada tahun 2012. Awalnya di Indonesia kebanyakan orang menggunakan *instagram* hanya sebatas untuk mengisi waktu luang, berbagi momen diri, bersosialisasi dengan teman atau keluarga dan mencari teman baru. Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan antar penggunanya telah mengubah pola-pola interaksi individu dalam berkomunikasi.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. *Instagram* sendiri masih merupakan bagian dari *facebook* yang memungkinkan teman *facebook* itu mengikuti kita dalam akun sosial media *instagram*. Menurut Daniel Kurniawan, “*Instagram* merupakan sebuah aplikasi

⁷ Nasrullah, Op, Cit.

berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial (media sosial)”.⁸

Instagram menurut Atmoko merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dengan cara upload dan juga mengambil suatu gambar atau foto dengan menerapkan filter digital yang sudah ada pada *instagram* tersebut untuk mengubah tampilan efek foto. Selain itu juga, membagikannya ke akun *instagram* milik diri sendiri.⁹

Instagram sebagai media sosial berbasis gambar dan video tentu menjadi lahan yang sangat luas untuk dimanfaatkan sebagai berbagai sarana. Sepanjang tahun 2015 hingga 2016 banyak di temui di *instagram* akun-akun yang dimanfaatkan sebagai *online shop*, akun dakwah, akun hiburan, akun resmi perusahaan, akun penyedia jasa dan lainnya, tidak hanya itu komunitas demi komunitas di *instagram*-pun bermunculan, selain menjadi komoditas tertentu hal ini menjadi trend tersendiri dalam masyarakat Indonesia. Fungsi media sosial tidak lepas dari *cyberspace*, Gibson memperkenalkan istilah “*cyberspace*” untuk menjelaskan bahwa ada tempat dimana tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan dalam benak.¹⁰

Situs jejaring sosial media sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan perorangan untuk membangun profil umum atau semi umum dalam satu sistem yang terbatas, menampilkan pengguna lainnya yang berkaitan dengan mereka, dan melihat-lihat dan mengamati daftar koneksi yang mereka

⁸ Daniel Kurniawan salamoan. 2013. Instagram, Ketika foto menjadi mediator komunikasi lintas budaya didunia maya. Journal

⁹ Lexi, Thomas, I Dewa Gde Satrya Widya Dutha. 2021. Millenials Mind of Tourism The Book of Tourism Research. Surabaya: Jakad Media Publishing.

¹⁰ Nasrullah, Op, Cit.

miliki maupun daftar yang dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem tersebut. *Instagram* adalah bentuk dari salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media informasi.

Dalam hal ini, *Instagram* bersifat *real time*. Hampir setiap detik terus ribuan bahkan jutaan foto disebar. *Instagram* dapat diakses setiap waktu, bisa setiap waktu sesuai kehendak pengguna akun. Mengembangkan sebuah jaringan yang tidak terbatas, dapat menyebarkan ide dan gagasan, sebagai sarana aktualisasi diri. Berbeda dengan situs jejaring sosial lainnya, *Instagram* memiliki kekuatan sebagai berikut:

- a) *Take photo* dan video atau *Posting* adalah *tools* untuk mengambil gambar atau video dari galeri *handphone* kita maupun langsung.
- b) *Comment* adalah member tanggapan atas kiriman kita atau kita memberi tanggapan atas kiriman orang lain.
- c) *Caption*, *Caption* berfungsi layaknya deskripsi.
- d) *Hashtag* adalah sebuah label (*tag*) berupa suatu kata yang diberi awalan symbol bertanda pagar (#) yang berfungsi untuk mengelompokkan foto dalam satu label. Agar mudah dicari dan ditemukan.
- e) Tag adalah mencantumkan atau menandai teman atau akun lain dalam sebuah posting atau kiriman.
- f) Mention adalah fitur yang memungkinkan untuk memanggil pengguna lain untuk saling menyapa atau memanggil.

g) Collection adalah fitur yang memungkinkan untuk menandai sekaligus menyimpan foto dari akun lain, sehingga memungkinkan kita dengan mudah mengakses foto tersebut kembali.

3) Fitur *Instagram*

Instagram mempunyai berbagai fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantara sekian banyak fitur yang ada di *instagram*, ada beberapa fitur yang digunakan dalam menjalankan komunikasi pemasarannya, fitur tersebut adalah :

a) *Follower*

Sistem sosial didalam *instagram* adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *instagram*. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang disukai atau tidak.

b) *Upload Foto*

Aplikasi utama dalam *instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh kamera ataupun yang ada di album *handphone* kita sendiri. Ada beberapa fitur *upload* foto diantaranya:

- a. *Insta Stories*. Merupakan salah satu fitur set foto dan video yang berguna untuk membagikan cerita keseharian dalam bentuk teks, foto atau video singkat dengan waktu selama 24 jam saja.
- b. *Instagram TV (IGTV)*. Merupakan fitur dari Instagram yang bisa meng-*upload* video dengan durasi yang panjang
- c. *Reels*. Merupakan fitur Instagram merekam sekaligus menyunting video pendek dengan durasi 15 detik dengan pilihan audio, efek, dan *tools* kreatif lainnya.
- d. *Live*. Merupakan fitur Instagram siaran langsung yang dapat berinteraksi dengan *followers*.
- e. *Feed*. Merupakan fitur Instagram beranda untuk berbagi foto dan video, yang langsung terhubung

c) Judul foto

Setelah foto yang ingin kita sunting atau kita upload maka foto yang diunggah tersebut dapat diberikan penjelasan dari atau tentang foto tersebut dan dapat diberikan penjelasan dimana lokasi foto tersebut.

d) Jejaring sosial

Dalam berbagi foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya didalam instagramnya saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui sosial lainnya seperti *facebook*, *twitter*, *foursquare*, *tumblr*, dan *flicks* yang tersedia dihalaman Instagram untuk membagi foto tersebut.

e) Tanda Suka

Instagram memiliki sebuah figur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan oleh akun *facebook*, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang mengikut akunnya menyukai foto tersebut yang telah diunggah. Berdasarkan jumlah suka pada sebuah foto didalam *instagram*, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

f) Kolom Komentar

Instagram juga mempunyai fitur kolom komentar yang sangat berguna untuk saling berinteraksi dengan *follower*. Fitur ini termasuk sangat penting karena disini kita bisa saling balas komentar secara langsung.

g) *Direct Message*

Instagram juga mempunyai fitur bertukar pesan dengan nama *Direct Message*. Pesan langsung yang bersifat personal yang dikirim secara *online*.

2.2.4 Interaksi Sosial

1) Pengertian dari Interaksi Sosial

Menurut Partowisastro interaksi sosial ialah relasi sosial yang berfungsi menjalin berbagai jenis relasi sosial yang dinamis, baik relasi itu berbentuk antar individu, kelompok dengan kelompok, atau individu dengan kelompok. Menurut Sarwono dan Meinarno interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi antara individu dengan individu lain, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok lain.¹¹

¹¹ Hudri, Ahmad. 2020. Badai Politik Uang dalam Demokrasi - Halaman 25

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki perilaku yang berlangsung antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok.

2. Jenis-jenis Interaksi Sosial

- a. Interaksi sosial online, Interaksi online adalah suatu kegiatan komunikasi atau hubungan sosial yang terjadi antara dua orang atau lebih dengan menggunakan media perantara digital. Interaksi secara online biasanya digunakan melalui media sosial, seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, dan berbagai media sosial lainnya. Dengan adanya interaksi online, kemudahan dalam berinteraksi lebih terasa. Sebab, tidak lagi perlu bertemu secara langsung jika ingin berinteraksi. Sehingga Anda juga dapat melakukan interaksi dengan orang-orang dari seluruh dunia walaupun terpisah oleh jarak yang begitu jauh. Interaksi online menawarkan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi, bisa melalui chat, telepon, bahkan panggilan video.

Namun, interaksi online memiliki beberapa hambatan yang biasanya sering ditemui yaitu kendala sinyal ataupun jaringan, tidak semua orang memiliki handphone khususnya dengan teknologi yang canggih dan tidak semua orang mampu menggunakan handphone. Sehingga hal tersebut dapat membatasi adanya interaksi.

- b. Interaksi sosial offline, interaksi offline adalah suatu interaksi sosial yang dilakukan secara langsung atau melalui tatap muka. Interaksi offline dilakukan pada kehidupan sehari-hari tanpa kita sadari. Saat Anda berbicara atau melakukan gestur tubuh untuk berkomunikasi dengan orang lain, maka hal itu dinamakan interaksi offline. Interaksi ini dapat terjadi antara dua orang atau lebih secara langsung tanpa melalui media perantara digital. Tak hanya melalui berbicara, interaksi offline juga dilakukan melalui simbolik ataupun gestur tubuh oleh satu individu atau kelompok dengan individu lain atau kelompok lain.

Interaksi offline memiliki banyak sekali ragam dan jenisnya. Bisa melalui pembicaraan, gestur tubuh, diskusi, debat, dan lain sebagainya. Interaksi ini sangat efektif digunakan dalam berkomunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh sebab itu, interaksi offline merupakan interaksi yang paling sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.¹²

2. Aspek-Aspek Interaksi Sosial

Menurut Soekanto mengemukakan aspek interaksi sosial yaitu :

- a. Aspek kontak sosial, merupakan peristiwa terjadinya hubungan sosial antara individu satu dengan lain. Kontak yang terjadi tidak hanya fisik tapi juga secara simbolik seperti senyum, jabat tangan. Kontak sosial dapat positif atau negatif.

¹² Nelly Mathias, (<https://www.qubisa.com/microlearning/bedanya-interaksi-offline-dan-online#showSummary> diakses pada tanggal 12 September 2022)

Kontak sosial negatif mengarah pada suatu pertentangan sedangkan kontak sosial positif mengarah pada kerja sama.

b. Aspek komunikasi. Komunikasi adalah menyampaikan informasi, ide, konsepsi, pengetahuan dan perbuatan kepada sesamanya secara timbal balik sebagai penyampai atau komunikator maupun penerima atau komunikan. Tujuan utama komunikasi adalah menciptakan pengertian bersama dengan maksud untuk mempengaruhi pikiran atau tingkah laku seseorang menuju ke arah positif.

Menurut Riswandi (2009) dalam bukunya “Ilmu Komunikasi” menjelaskan bahwa definisi komunikasi menurut Lasswell dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu :

a) Sumber (source)

Sering disebut sebagai pengirim (sender), penyandi (encoding), komunikator, pembicara (speaker). Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.

b) Pesan

Yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud sumber tersebut. Pesan sebenarnya adalah suatu hal yang sifatnya abstrak (konseptual, ideologis, dan idealistik).

c) Saluran atau media

Yaitu alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran dibagi menjadi dua yaitu langsung (tatap muka) atau melalui media (cetak dan elektronik).

d) Penerima (receiver)

Sering juga disebut sasaran/tujuan (destination), komunikan, penyandi balik (decoder) atau khalayak, pendengar, penafsir, yaitu orang yang menerima sumber.

e) Efek

Yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. Efek komunikasi ini berupa efek psikologis yang terdiri dari tiga hal:

1. Pengaruh kognitif

Dengan komunikasi, seseorang menjadi tahu tentang sesuatu. Komunikasi berfungsi untuk memberikan informasi.

2. Pengaruh afektif

Dengan pesan yang disampaikan terjadi perubahan perasaan atau sikap.

3. Pengaruh konatif

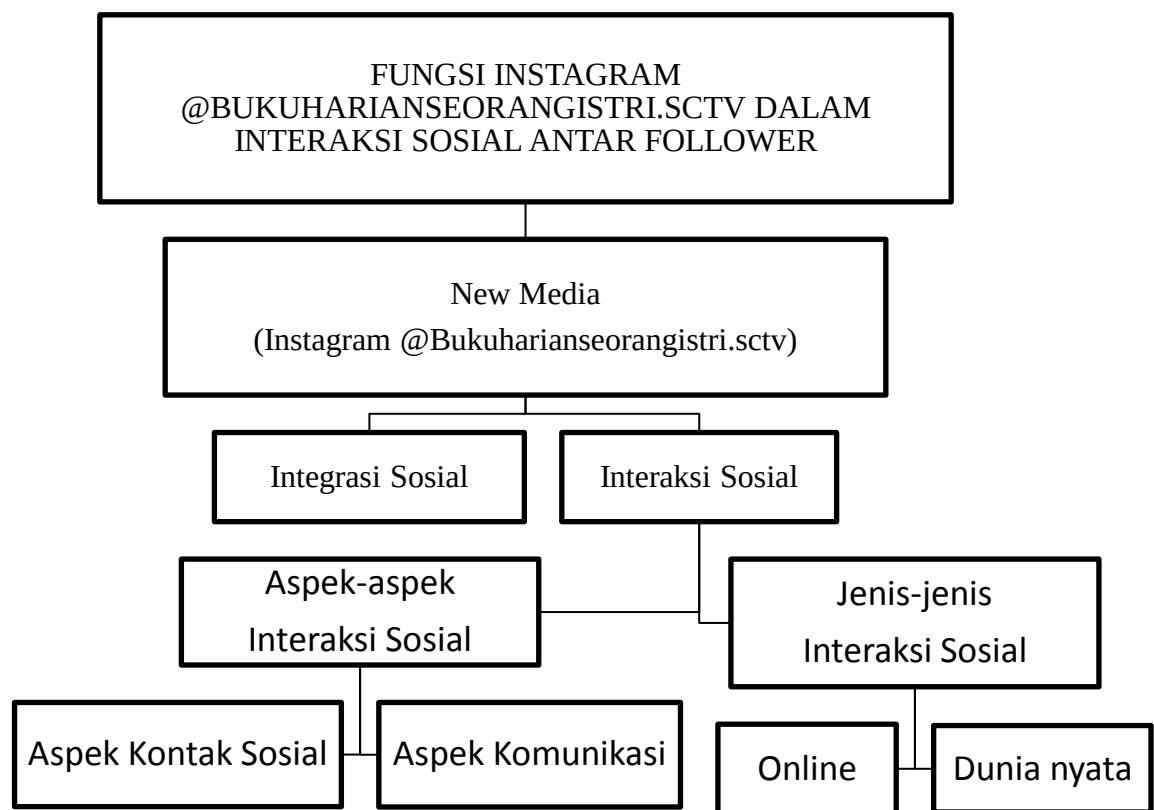
Pengaruh yang berupa tingkah laku atau tindakan. Karena menerima pesan dari komunikator atau penyampai pesan, komunikan bisa bertindak untuk melakukan sesuatu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek interaksi sosial yang digunakan sebagai skala interaksi sosial yaitu kontak sosial dan komunikasi, dengan alasan kedua aspek sudah mencakup unsur-unsur dalam interaksi sosial

serta dianggap dapat mewakili teori-teori yang lain.¹³

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



¹³ Ibid. hal 26

