BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
Sakinah Adinda, Edriana Pangestuti	PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @exploremalang TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS KE SUATU DESTINASI (SURVEI PADA FOLLOWERS @exploremalang) (Survei pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang)	Kuantitatif	Variabel Terpaan Media Sosial Instagram terbukti berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel Citra Destinasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai hitung sebesar 4,838 dengan angka probabilitas yang dinyatakan sebesar 0,000 yang menandakan bahwa angka ini kurang dari 0,05 sehingga dikatakan signifikan. Secara keseluruhan total nilai skor terpaan Media Sosial Instagram dinyatakan baik.
Perbedaan: Teori yang digunakan berbeda dengan penelitian yang akan peneliti lakukan Persamaan: Menggunakan media sosial Instagram dan metode penelitian kuantitatif			
Rahma Nur Fathiyyah, Nofha Rina	PENGARUH KREDIBILITAS YOUTUBER TERHADAP SIKAP PENONTON PADA CHANNEL YOUTUBE ATTA HALILINTAR	Kuantitatif	Besar pengaruh yang dimiliki variabel kredibilitas (X) terhadap variabel sikap penonton (Y) adalah 0,681 atau sama dengan 68,1% yang dibuktikan berdasarkan uji koefisien determinasi. Angka tersebut HALILINTAR menunjukkan bahwa kredibilitasyoutuber memberikan pengaruh sebesar 68.1% terhadap sikap penonton pada channel Youtube Atta Halilintar. Sedangkan sisanya yaitu 31.9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.
Perbedaan: Menggunakan media sosial youtube Persamaan: Menggunakan variabel tingkat kredibilitas dan metode penelitian kuantitatif			

Yovan Putra Wilopo	Pengaruh Kredibilitas Influencer Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Doubletree by Hilton Surabaya	Kuantitatif	Variabel Familiarity dinyatakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli DoubleTree by Hilton Surabaya. Familiarity berpengaruh positif karena influencer memiliki tingkat popularitas yang tinggi sehingga menarik minat konsumen untuk menerima apa yang disampaikan influencer. Variabel Trustworthy dinyatakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli DoubleTree by Hilton Surabaya. Trustworthy berpengaruh positif karena informasi influencer dapat dijadikan referensi bagi konsumen.
Perbedaan: Menggunakan teori komunikasi pemasaran Persamaan: Menggunakan variabel tingkat kredibilitas, Media sosial instagram, dan metode penelitian kuantitatif			
Dhiramatri Anindina Putri	Tingkat Kredibilitas Informasi Akun Instagram Tribunjogja Pada Mahasiswa di Yogyakarta Pada Tahun 2019	Kuantitatif	Tingkat kredibilitas berdasarkan 11 indikator yaitu dimensi Trustworthiness dengan indikator Trustworthy, Believable, Accurate, Fair, Balanced, Report the whole story; dimensi Currency dengan indicator Timely, Current, Up-to-date; dimensi bias dengan indikator Biased, dan Objective Berdasarkan hipotesis pertama. hipotesis Ha, terdapat tingkat nilai kredibilitas yang tinggi (rata rata >4) informasi akun instagram Tribunjogja pada pengguna Mahasiswa di Yogyakarta dapat diterima.
Perbedaan: Lebih menekankan pada dimensi *trustworthiness*, *currency*, dan bias Persamaan: Menggunakan variabel tingkat kredibilitas, media sosial instagram, dan metode penelitian kuantitatif			

Antonia Meme F. Anita Herawati	Pengaruh Kredibilitas Media Sosial Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen (Analisis Jalur Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram TakoFeitoDeMao Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen)	Kuantitatif	faktor pendukung – customer experience dan brand satisfaction merupakan faktor penting dalam jalur penelitian pengaruh kredibilitas akun instagram Takofeitodemao terhadap variabel tingkat loyalitas konsumen. Kontribusi faktor pendukung yang cukup besar dan total effect tingkat loyalitas konsumen yang paling rendah maka peningkatan faktor customer experience dan faktor brand satisfaction untuk mencapai loyalitas konsumen merupakan hal yang patut dipertimbangkan dan perlu dilakukan.
Perbedaan: Menggunakan Teori CMC Persamaan: Menggunakan variabel tingkat kredibilitas, media sosial instagram, dan metode penelitian kuantitatif			

Dari penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan diatas, yang membedakan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah dengan objek yang akan dipilih yaitu akun Instagram @depok24jam

2.2 Studi Pustaka

2.2.1 Teori Pemrosesan Informasi

Pemrosesan informasi menunjuk kepada cara mengumpulkan/menerima stimuli dari lingkungan, mengorganisasi data, memecahkan masalah, menemukan konsep-konsep, dan pemecahan masalah, serta menggunakan simbol-simbol verbal dan nonverbal. Teori ini berkenaan dengan kemampuan memecahkan masalah dan kemampuan berpikir produktif, serta berkenaan dengan kemampuan intelektual umum[1].

Dalam pemrosesan informasi terdapatnya interaksi antara kondisi- kondisi internal serta kondisi-kondisi eksternal seseorang. Keadaan internal ialah kondisi dalam diri orang yang dibutuhkan buat menggapai hasil belajar serta proses kognitif yang

[1] Rosdiana dkk. *Manajemen Sains*. Hlm. 62

terjalin dalam orang. Sebaliknya keadaan eksternal merupakan rangsangan dari area yang pengaruhi orang dalam proses pendidikan. Asumsinya merupakan pendidikan ialah aspek yang sangat berarti dalam pertumbuhan. Pertumbuhan ialah hasil komulatif dari pendidikan. Dalam pendidikan terjalin proses penerimaan informasi yang setelah itu diolah sehingga menciptakan output dalam wujud hasil belajar. Pendidikan ialah keluaran dari pemrosesan data yang berbentuk kecakapan manusia (*human capitalities*) yang terdiri dari: data verbal, kecakapan intelektual, strategi kognitif, perilaku, kecakapan motorik.

Teori pemrosesan informasi, menurut Robert Gagne, mendeskripsikan belajar sebagai pemrosesan informasi. Belajar sebagai kegiatan bagaimana informasi diterima, disimpan, dan diambil kembali dari otak. Menurut teori pemrosesan informasi, dalam pembelajaran terjadi proses penerimaan informasi yang kemudian diolah sehingga menghasilkan luaran dalam bentuk hasil belajar. Pemrosesan informasi mengacu pada cara orang menangani rangsangan dari lingkungan, mengorganisasi data, melihat masalah, mengembangkan konsep dan menyelesaikan masalah dengan menggunakan lambang atau simbol-simbol baik verbal maupun nonverbal. Hasil pembelajaran merupakan luaran dari pemrosesan informasi yang berupa kecakapan yaitu kemampuan manusia yang terdiri atas informasi verbal, kecakapan intelektual, strategi kognitif, sikap (afektif), dan kecakapan motorik.[2]

Teori ini menjelaskan bagaimana individu memproses informasi, bagaimana informasi masuk kedalam pikiran, bagaimana informasi disimpan dan disebarkan, kemudian informasi diambil kembali sebagai acuan untuk melaksanakan aktivitas aktivitas yang kompleks seperti memecahkan masalah dan berpikir. Proses yang

[2] Djoni dkk. *Model Pembelajaran SEA MEA*. Hlm. 20

dijelaskan ini merupakan cara khalayak dalam memproses informasi yang diterima dari media dan lingkungannya sehingga memunculkan kebutuhan mereka terhadap informasi. Teori pemrosesan informasi adalah bagian dari teori belajar sibernetik. Secara sederhana pengertian belajar menurut teori belajar sibemetik adalah pengolahan informasi. Mengkaji proses belajar lebih penting dari hasil belajar, proses belajar itu sendiri adalah sistem informasi, sistem informasi ini pada akhirnya akan menentukan proses belajar Ketika individu belajar, di dalam dirinya berlangsung proses kendali atau pemantau bekerjanya sistem yang berupa prosedur strategi mengingat untuk menyimpan informasi ke dalam long-term memory dan strategi pemecahan masalah.[3]

Menurut Robert M Gagne dalam Rusman dalam proses pemrosesan informasi terdiri dari delapan fase, yaitu:

1. Motivasi, merupakan fase awal memulai pembelajaran dengan adanya dorongan untuk melakukan suatu tindakan dalam mencapai tujuan tertentu. Pada fase ini akan dipengaruhi oleh pengaruh internal dan pengaruh eksternal
2. Pemahaman, merupakan fase individu menerima dan memahami informasi yang diperoleh dari pembelajaran, pemahaman bisa didapatkan melalui perhatian.
3. Pemerolehan, merupakan fase di mana individu memberikan makna atau mempersepsikan segala informasi yang pada dirinya sehingga terjadi proses penyimpanan dalam memori peserta didik.
4. Penahanan, merupakan fase di mana individu menahan informasi yang sampai pada dirinya sehingga terjadi proses penyimpanan dalam memori.
5. Ingatan kembali, merupakan fase mengeluarkan kembali informası yang telah disimpan ketika terjadi rangsangan.

[3] Rosdiana dkk. *Manajemen Sains*. Hlm. 63

6. Generalisasi, merupakan fase hasil pembelajaran untuk keperluan tertentu.
7. Perlakuan, merupakan fase perwujudan perubahan perilaku individu sebagai hasil pembelajaran.
8. Umpan balik, merupakan fase individu memperoleh feedback dari perilaku yang telah dilakukannya.

Dalam suatu kegiatan belajar, seseorang menerima informasi dan kemudian mengolah informasi tersebut di dalam memori. Pemrosesan informasi dalam memori manusia diproses dan disimpan dalam tiga tahapan yaitu *sensory memory, short-term memory dan long-term memory*.[4]

1. *Sensory Memory*

Informasi masuk ke dalam sistem pengolah informasi manusia melalui berbagai saluran sesuai dengan inderanya. Sistem persepsi bekerja pada informasi ini untuk menciptakan apa yang kita pahami sebagai persepsi. Karena keterbatasan kemampuan dan banyaknya informasi) yang masuk, tidak semua informasi bisa diolah. Informasi yang baru saja diterima akan disimpan pada *sensory memory*. Durasi suatu informasi dapat tersimpan di dalam *sensory memory* kurang dari setengah sekon untuk informasi visual dan sekitar tiga sekon untuk informasi audio.

2. *Short-term memory*

Short-term memory atau *working memory* berhubungan dengan apa yang sedang dipikirkan seseorang pada saat ketika menerima stimulus dari lingkungan. Durasi suatu informasi tersimpan di dalam short-term memory adalah 15-20 sekon. Durasi penyimpanan akan bertambah lama menjadi sampai 20 menit apabila terjadi pengulangan informasi. Informasi yang masuk ke dalam short-

[4] Rosdiana dkk. *Manajemen Sains*. Hlm. 64

term memory berangsur-angsur menghilang ketika informasi tersebut tidak lagi diperlukan. Tetapi, jika informasi ini selalu digunakan maka akan masuk ke dalam tahapan *long-term memory*.

3. *Long-term memory*

   Long-term memory merupakan memori penyimpanan yang relatif permanen yang dapat menyimpan informasi meskipun informasi tersebut mungkin tidak diperlukan lagi. Informasi yang tersimpan pada memori ini akan diorganisir agar membentuk *scherma. Scherma* merupakan pengelompokan elemen-elemen infomasi sesuai dengan bagaimana nantinya informasi tersebut akan digunakan, sehingga nanti akan difasilitasi akses informasi di waktu mendatang ketika akan digunakan. Oleh karena itu, keahlian seseorang berasal dari pengetahuan yang tersimpan bukan dari kemampuannya untuk melibatkan diri dengan elemen-elemen informasi yang belum terorganisasi di dalam *long-term memory*.

Menurut peneliti teori pemrosesan informasi adalah bagaimana cara individu dalam memproses suatu informasi, bagaimana memasuki pikiran, bagaimana informasi disimpan dan disebarluaskan, dan kemudian informasi tersebut diambil sebagai referensi dan acuan untuk masyarakat banyak.

2.2.2 Komunikasi Massa

Nurudin (2007:3-5) menjelaskan dasarnya komunikasi massa merupakan komunikasi menggunakan media massa (media cetak serta elektronik). Karena pertumbuhan komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa itu antara lain: televisi, radio, internet, majalah, koran, tabloid, buku, dan film.

Menurut Weight, bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak- corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen dan pesan yang disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas (khusus untuk media elektronik, seperti siaran radio dan televisi). Seperti halnya Gerbner yang dikemukakan bahwa komunikasi massa ini akan melibatkan lembaga, maka Weight secara khusus mengemukakan bahwa komunikator bergerak dalam organisal yang kompleks[5]

Media Massa adalah suatu institusi atau lembaga yang memiliki serangkaian kegiatan produksi budaya dan informasi yang dilaksanakan oleh berbagai tipe komunikasi massa untuk disalurkan kepada khalayak sesuai dengan kebiasaan yang berlaku. Konsep media menurut hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh para ahli, merupakan sebuah komunikasi antar manusia, yang bermula dari penggunaan alat atau media tertentu, dan pada pelaksanaannya komunikasi belum menggunakan suara atau gerakan *gesture* (gerak tubuh). Contohnya menilik model atau bentuk komunikasi yang dilakukan pada pra peradaban, pada masa itu komunikasi yang dilakukan oleh antar manusia dengan menggunakan lukisan pada dinding gua, melalui tulisan dan melalui peta sebagai bentuk pertukaran informasi yang dilakukan.

2.2.3 New Media

New media merupakan untuk menyebutkan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. *New Media* artinya segala sesuatu yang bisa menyalurkan informasi (perantara) berasal

5 Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*. Hlm 3-4

sumber berita pada penerima berita. “Media baru memiliki dua unsur utama yakni digitalisasi dan konvergensi. Internet merupakan bukti konvergensi karena menggabungkan beberapa fungsi media lain seperti audio, video, dan teks”6. *New media* suatu sarana yg digunakan masyarakat untuk mengantarkan sebuah pesan kepada khalayak ramai dengan memanfaatkan kecanggihan informasi. *New media* memiliki banyak manfaat yaitu memudahkan seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dengan sangat cepat dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Media baru atau acapkali disebut menjadi "new media" adalah konsep yang dipahami secara majemuk. namun demikian, di antara sekian poly definisi serta konsep yg terdapat, sebuah rumusan beserta bisa dirujuk Pengertian media baru pada buku ini akan merujuk pada media menggunakan platform baru karena konvergennya karakter media cetak, audio, dan visual sekaligus ditandai karakter interaktivitas yang tinggi. Selanjutnya, buku ini akan memaparkan media baru di tiga kelompok besar yang dipetakan menjadi berikut. Pertama, media baru akan diarahkan di objek diskusi mengenai internet. Media internet ada sebagai pedia yang "baru" pada arti sesungguhnya karena selain karakter konvergensi, sinergi, media internet pula memiliki karakter menjadi link medium yang tidak mengenal batas (borderless) ke 2, kajian media baru akan dikaitkan dengan proses digitalisasi yang sedang melanda media konvensional Ketiga, media baru akan dikaitkan menggunakan area media telekomunikasi serta aspek industrinya yg lebih khusus, yaitu tentang pengaturan provider mobile phone.7

McQuail membuat pengelompokan media baru berdasarkan empat kategori: pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri berasal telepon, handphone,

6 Agus Effendi, *Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak di Kabupaten Sukoharjo*, hlm. 13.
7 Hermin Indah Wahyuni, *Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Hlm. 1

email. kedua, media bermain interaktif layaknya *computer*, *videogame*, permainan dalam internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal search engine. Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk mengembangkan dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui computer dimana pengunaannya tidak semata-mata untuk indera tetapi pula dapat menyebabkan kasih sayang dan emosional.[8]

Pada hakikatnya *new media* artinya sesuatu yang baru muncul pada abad ke-20 yang diibaratkan seperti "sistem pernafasan media menjadi darahnya (mediator) dan manusia menjadi oksigennya (pengguna) dimana darah erus mengalirkan oksigen ke paru-paru, jantung, dan seluruh tubuh sehingga satu sama lain saling terhubung serta membuat suatu sistem yang dinamakan sistem pernafasan serta satu sama lain mempunyai peranan yang sangat krusial, tanpa darah oksigen tidak akan mengalir dan tanpa oksigen maka tidak ada sistem pernafasan." Maka berasal itu, antara media dan pengguna sangat berhubungan erat dan memiliki peranan yang penting dalam menghadirkan new media atau media baru, karena media baru tercipta berasal kebutuhan para penggunanya untuk saling bekerjasama dengan mediator media contohnya jejaring sosial, yang sangat berpengaruh akbar pada perkembangan teknologi, komunikasi serta isu.

Kemunculan media baru artinya transformasi pada dalam konsepsi dan rekanan antara self (pencerahan/entitas diri) serta empiris dimaterikan melalui reproduksi mekanis dan disimbolisasikan melalui teknologi. Perubahan lingkungan sosial ekonomi warga industri telah memungkinkan berlangsungnya produksi massa serta penemuan teknologi sebagai akibatnya mengambil ruang yang lebih luas lagi pada dalam praktik

---

8 Novi Kurnia, *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*, hlm. 292-294.

serta media kesenian. pada sinilah teknologi dipraktikkan menjadi sebuah kebudayaan, atau acapkali disebut *technoculture*.

2.2.4 Media Sosial

Menurut Dailey media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat praktis di akses dan terukur, serta yang paling terpenting asal teknologi ini ialah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang membaca serta mencari berita dan konten. Perkembangan teknologi isu dan komunikasi begitu pesat semenjak kemunculan internet khususnya media sosial. media umum artinya perkembangan-perkembangan mutakhir berasal teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan seluruh orang buat dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling membuatkan dan membentuk sebuah jaringan secara online, sebagai akibatnya dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri[9].

Media sosial mengalami banyak sekali perkembangan yang sangat pesat dari tahun ke tahun, Jika pada tahun 2002 Friendster merajai media sosial karena hanya Friendster yang mendominasi media sosial di era tersebut, tetapi pada saat ini telah banayk sekali media sosial yang bermunculan dengan keunikan dan karakteristik masing-masing. Pada tahun 70an penggunaan media social menggunakan sistem papan buletin yang memungkinkan seseorang untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan media surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, yang semua harus dilakukan dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengaan modem. Pada tahun 1995 lahirlah situs GeoCities, GeoCities yang dapat melayani web hosting (layanan penyewaan penyimpanan data-data website agar

---

9 Ayu Wulandari, *Pengaruh Terpaan Informasi Akun Instagram @mahasiswa_universitasriau Terhadap Pengetahuan Kegiatan Akademik Mahasiswa Universitas Riau*, hlm 7.

website yang dapat diakses dari manapun anda berada selagi masih terhubung dengan internet). GeoCities merupakan tonggak awal berdirnya website-website.[10]

Media sosial ialah representasi kebutuhan individu insan menjadi makhluk sosial Homo socius. Makhluk hidup yang tidak bisa bertahan dalam kesendirian. Makhluk hayati yang memerlukan orang lain guna dapat menyambung hidup. karena kodratnya menjadi homo socius, makhluk sosial, ia membutuhkan insan lain Maka, kemudian terjadilah hubungan antarmanusia. pada hubungan tersebut, insan memerlukan indera. Bahasa merupakan instrument utama manusia untuk bisa saling berinteraksi, baik yang bersifat mulut juga nonverbal. Baik yang bersifat lugas maupun simbolik. Bahasa memainkan peranan krusial dalam hidup kita dan memiliki imbas yang luar biasa, termasuk membedakan manusia dari binatang-binatang.

Media sosial Menciptakan ruang bagi orang untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan mereka, dan menerima tanggapan atas pikiran dan perasaan yang mereka ungkapkan Itu dapat berkembang menjadi gema yang tidak lagi dapat dikendalikan oleh arah pantulan, tetapi pada saat yang sama ruang kecil untuk dua orang kosong dan sama sekali tidak terlihat oleh orang lain. Dia bisa sangat tertutup, tetapi dia juga bisa terbukti sangat terbuka. Selain itu, media sosial juga merupakan alat yang cocok untuk menjual produk.

Jenis-Jenis Platform Media Sosial Media sosial yang ada saat ini bisa dikategorikan dalam beberapa platform dilihat dari jenis konten dan kegunaannya.[11]

A. *Social Networking*

---

10 Rahmanita Ginting, dkk, *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*. Hlm. 21
11 Dian Prajarini, *Media Sosial Periklanan – Instagram*. Hlm. 3

Media sosial jenis ini biasanya digunakan untuk berkomunikasi santai dan pribadi, biasanya bertujuan untuk membangun jejaring pribadi atau jejaring alumni, maupun jejaring kelompok tertentu. Plaftform yang populer untuk social networking adalah Facebook.

B. *Microblog*

Twitter dan Tumblr merupakan salah dua dari beberapa platform microblog, Platform ini menyediakan fitur berbagi teks, di mana penggunanya bisa menuliskan tulisan-tulisan layaknya blog namun dengan karakter yang terbatas.

C. Berbagi Video

Platform ini digunakan untuk berbagi video, di mana pengguna bisa mengunggah video, menyediakan streaming video, bahkan juga terdapat fasilitas live streaming. Youtube, Vimeo, Dailymotion merupakan salah tiga di antaranya. TikTok juga bisa dimasukkan dalam kategori ini, selain berbagi video, TikTok juga bisa digunakan untuk membuat konten video dengan beberapa filter yang disediakan.

D. Berbagi Jaringan Profesional

Platform media jenis ini biasanya digunakan untuk berbagi jaringan profesional, menemukan pekerjaan, internship, keterampilan dan hal-hal yang terkait dengan karier profesional. Platform jenis ini yang paling terkenal adalah Linkedin.

E. Berbagi Foto

Platform ini biasanya digunakan untuk berbagi foto di mana pengguna bisa melakukan penyuntingan langsung dengan menggunakan efek atau filter-filter yang disediakan. Instagram dan Snapchat adalah aplikasi populer platform jenis berbagi foto.

Adanya media sosial memudahkan para pelaku bisnis untuk mengakses tempat yang berbeda hanya dengan melewati berbagai macam gadget, mempermudah komunikasi dan semakin dekat dengan konsumen. Dengan segala kenyamanan dan

kemudahan yang dapat dicapai melalui media sosial, penggunaan media sosial berkembang pesat[12].

2.2.5 Instagram

Instagram berasal dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid didalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.[13]

Instagram adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan Anda memposting gambar dan video dengan cepat dan instan. Instagram dapat digunakan kapan saja dan di mana saja dengan perangkat, tetapi Anda perlu mengaksesnya menggunakan koneksi internet saat menggunakannya. Instagram memiliki fitur untuk pertemanan yang disebut follow dan followers. Mengikuti adalah tanda bahwa Anda dapat mengikuti akun Instagram orang lain dan mendapatkan informasi baru dari orang yang Anda ikuti. Followers adalah tanda bahwa ada orang lain yang mengikuti kita untuk mendapatkan informasi. Kami akan memberikannya nanti, dan kami juga dapat memberikan informasi kepada pengikut kami tentang aktivitas kami. Semua pengguna Instagram dapat berinteraksi satu sama lain dengan mengomentari unggahan orang lain, dan orang lain dapat berinteraksi dengan kami.

---

12 Irfan dan Anastasya, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Hlm. 22

13 Meutia Puspita, *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau*, hlm. 5-6.

Beberapa fitur utama yang dimiliki oleh media sosial Instagram menurut Sari (2018)[14] adalah:

1. Pengikut atau followers

Instagram menciptakan sistem sosial dengan mengadakan sistem untuk mengikuti akun, di mana akun yang ada di Instagram nantinya dapat saling mengikuti akun-akun lain dan kemudian dapat berinteraksi.

2. Mengunggah foto atau video

Fitur ini sebenarnya fitur yang umum. Hampir semua media sosial memilikinya, namun Instagram memang merupakan media sosial yang memiliki kekuatan melalui gambar yang diunggah. Instagram juga memiliki fitur tambahan, yaitu pemberian efek pada foto atau video dan juga pengaturan atau editing sehingga dapat memperindah foto atau video yang akan diunggah. Foto atau video dapat diperoleh dari galeri telepon genggam atau komputer pengguna, bisa jugadiperoleh dengan cara mengambil gambar atau video langsung menggunakan fitur kamera Instagram.

3. Pemberian efek dan editing

Pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting fotonya. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwell, Walden, Hefe, Apollo, Poprockeet, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin. Pada tanggal 20 September 2011, Instagam telah menambahkan 4 buah efek terbaru, yaitu Valencia, Amaro, Rise, Hudson, dan menghapus 3 efek, Apollo,) Poprockeet, dan Gotham. Dalam pengaplikasian efek, para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut.

---

14 Irfan dan Anastasya, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Hlm. 23-25

Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah tilt-shift yang fungsinya sama dengan efek kamera melalui Instagram, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikas: tilt-shift memiliki 2 bentuk, yaitu persegi panjang dan bulat. Kedua bentuk tersebut dapat diator besar dan kecilnya dengan titik fokus yang diinginkan. Tilt-shift juga mengatur rupa foto di sekeliling titik folus tersebut, sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat keburaman pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut

4. Kamera

Instagram memiliki fitur kamera sehingga pengguna dapat dengan mudah mengambil foto atau video langsung dari aplikasi Instagram. Ukuran foto atau video yang dapat digunakan di Instagram hanya yang berasio 3:2 atau 1:1.

5. Arroba (@)

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyebut pengguna lain nya dengan manambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya, dapat menyebut pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya penyinggungan pengguna yang lainnya dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut

Arroba atau yang direpresentasikan dengan tanda (@) merupakan fitur yang dapat digunakan oleh para pengguna untuk melakukan interaksi dengan pengguna lainnya dengan menggunakan tanda (@) yang diikuti dengan nama dari akun Instagram pengguna yang dituju.

6. Label foto atau hashtag

Sebuah label dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan "kata kunci". Bila para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendin dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan namanya sendiri, tempat pengambilan foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti sebuah lomba, arau untuk menan dakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas Insta gram. Foto yang telah diunggah dapat dicantumkann label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto. Pada saat ini, label adalah cara yang terbaik jika pengguna hendak mempromosikan foto di dalam Instagram.

Hashtag dapat juga dikatakan sebagai kata kunci pada Instagram. Fitur ini memudahkan para pengguna Instagram untuk mencari foto atau video yang menggunakan label foto atau hashtag yang sama dengan kata kunci yang ingin dicari.

7. Tanda suka

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto

Tanda suka atau love atau like di Instagram merupakan salah satu fitur untuk berinteraksi yang ditandakan dengan pemberian tanda tersebut sebagai tanda bahwa pengguna lain menyukai foto arau video yang telah diunggah.

8. Pencarian atau search

Fitur ini sangat berguna untuk melakukan pencarian terhadap akun sesama pengguna Instagram lainnya, atau bisa juga untuk melakukan pencarian terhadap foto dengan menggunakan kata kunci atau hashtag. Fitur ini sangat mempermudah pengguna Instagram untuk menjangkau profil atau foto dari sesama pengguna lainnya.

9. *Direct message*

Merupakan fitur mengirimkan pesan langsung kepada pengguna lain secara pribadi. Pengguna Instagram dapat melakukan percakapan dengan pengguna lain atau bahkan membuat grup untuk bercakap-cakap melalui fitur ini.

10. *Instastories*

Merupakan fitur yang terinspirasi dari aplikasi Snapchat. Para pengguna dapat berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya dengan menggunakan efek atau filter yang lucu dan unik. Selain itu ada juga fitur lain seperti QnA, polling, dan masih banyak lagi. Fitur ini juga menyediakan pilihan efek untuk merekam video, yaitu ada efek boomerang, rewind, handsfree dan juga menyiarkan video secara online (live). Instastories hanya dapat ditayangkan selama 24 jam, setelah itu akan menghilang. Namun sekarang dapat diakses kembali dengan fitur baru Instagram yaitu stories archive.

Instagram dapat digunakan tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga sebagai media hiburan, seperti menonton video yang dibagikan oleh orang lain, dan sebagai alat untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan bebas.

2.2.6 Jurnalistik

Istilah jurnalistik dapat ditinjau dari tiga sudut pandang, harfiah, konseptual, dan praktis. Secara harfiah, jurnalistik (journalistic) artinya kewartawanan atau kepenulisan. Makna harfiah ini mengacu pada keterampilan menulis dan menyebarkan informasi.[15] Pengertian jurnalistik ini adalah seni dan keterampilan menemukan, mengumpulkan, mengolah, mengedit, dan menyajikan berita dengan cara yang indah tentang peristiwa kehidupan sehari-hari untuk memenuhi semua kebutuhan hati nurani penonton. Perilaku khalayak (umpan balik) sesuai keinginan wartawan dan media massa.16

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa jurnalistik merupakan pengertian yang diambil dari bahasa Belanda, khususnya jurnalis. Dalam jurnalistik bahasa Inggris, kata tersebut berasal dari kata *journal*. Definisi Pengertian *journal* merupakan terjemahan dari Bahasa latin *diurnal* yang berarti setiap hari. Menurut Effendy, jurnalistik adalah suatu teknik pengelolaan informasi mulai dari perolehan suatu dokumen hingga pelepasannya ke publik. berpendapat bahwa jurnalisme adalah pengolahan berita sehari-hari untuk membangkitkan minat publik, mulai dari pelaporan hingga penyebarluasannya kepada publik. Segala sesuatu yang terjadi di dunia, apakah itu fakta, peristiwa, atau pendapat seseorang. Ketika diharapkan dapat menarik perhatian publik, hal itu menjadi basis jurnalisme dan sumber berita yang disampaikan kepada massa.

Ada juga ilmuwan yang menyusuri pengertian jurnalistik dari etimologi, bahwa berasal dari dua suku kata, yakni jurnal dan istik. Jurnal berasal dari bahasa Perancis journal yang artinya buku harian. Ada juga kata dalam bahasa Latin yang bunyi dan pengucapannya hampir sama dengan jurnal, diurna, yang artinya hari ini. Memang, pada

[15] Herman dan Harun. *Jurnalistik Praktis*. Hlm. 28
16 Lisa Septi Dewi, *Jurnalistik "Kemahiran Berbahasa Produktif"*. Hlm 3

masa Kekaisaran Romawi kuno, ketika Julius Caesar berkuasa, kata Acta Diurna dikenal, yang berarti serangkaian tindakan, gerakan, aktivitas, atau kejadian sehari-hari. ilmu kecantikan. Keindahan memanifestasikan berbagai karya seni dan/atau keterampilan, dengan menggunakan bahan-bahan yang diperlukan seperti kayu, batu, kertas, cat atau tanah liat, termasuk semua jenis bangunan, sastra, dan musik yang memiliki nilai seni atau estetika. Oleh karena itu, jurnalisme dapat diartikan sebagai sebuah karya seni berupa kronik peristiwa sehari-hari yang bernilai estetis untuk menarik perhatian pembaca, pendengar, dan pemirsa[17].

Berbagai peristiwa dan kejadian nyata dan nyata dalam kehidupan sehari-hari dalam waktu singkat. Indiwan Seto (2015) mengambil pandangan yang berbeda. Jurnalisme memiliki banyak arti. Pertama, jurnalisme mencakup segala bentuk kegiatan dan sarana yang digunakan untuk mencari, mengolah, dan menyunting berita dan resensi berita agar dapat menjangkau masyarakat atau sekelompok orang tertentu yang menaruh perhatian khusus pada suatu pokok bahasan tertentu. Kedua, jurnalisme adalah pengetahuan tentang menulis, menafsirkan, mengolah, dan menyebarluaskan informasi umum dan hiburan umum secara sistematis melalui publikasi yang berwibawa. Ketiga, jurnalisme adalah tugas berkelanjutan untuk mengkomunikasikan berita, interpretasi, dan opini yang berbeda dari berita[18].

Jurnalisme memiliki fungsi yang berbeda bagi setiap orang. Bagi konsumen media, jurnalisme bertindak sebagai filter yang menyaring berita baik dan buruk, memastikan pengguna tidak melakukan kesalahan saat mengonsumsi berita. Bagi jurnalis, jurnalisme adalah tanda memproduksi berita, sehingga ketika diekspos ke publik, menjadi berita yang benar-benar dapat dikonsumsi dan akuntabel. Wartawan

17 Mahi M. Nikmat, *Jurnalistik Literary Journalism*. Hlm. 88
18 Azwar, *4 Pilar Jurnalistik*. Hlm. 4-5

dan pemburu berita adalah bagian integral dari kehidupan masyarakat. Setiap orang membutuhkan informasi (berita), dan yang dapat mengontrol masa depan adalah yang dapat mengontrol informasi.

2.2.7 Jurnalisme Online

Semua proses dalam jurnalisme itu penting, namun yang terpenting adalah proses pengumpulan fakta. Karena untuk dapat mengumpulkan fakta, jurnalis tidak hanya harus mengkonstruksi realitas sosial, tetapi juga memaknainya. Mereka kemudian harus mencari sumber yang tampaknya memiliki opini yang dapat menjelaskan interpretasi mereka terhadap realitas sosial yang membutakan jurnalis[19].

Di bidang jurnalistik, Internet telah memunculkan jurnalisme online, menyediakan saluran informasi baru melalui media online. Foust menunjukkan kekuatan dan potensi jurnalisme online sebagai sumber informasi penting bagi masyarakat umum, antara lain: pertama, audiens bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya (audience control). Kedua, setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri (nonlienarity). Ketiga, berita tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah oleh masyarakat (storage and retrieval). Keempat, jumlah berita yang disampaikan menjadi jauh lebih lengkap (unlimited space). Kelima, informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada masyarakat (immediacy). Keenam, redaksi bisa menyertakan teks, suara, gambar animasi, foto, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh masyarakat (multimedia capability). Ketujuh, memungkinkan adanya interaksi (interactivity).[20]

---

19 Mulyadi dan Musman, *Jurnalisme Dasar: Panduan Praktis Para Jurnalis*. Hlm. 2

20 James C. Foust, *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web*, 3rd ed (Scottsdale, Ariz: Holcomb Hathaway, Publishers, 2011).

Perbedaan utama antara jurnalisme online dan "jurnalisme tradisional" (cetak, radio, televisi) adalah kecepatan, akses mudah, kemampuan untuk memperbarui dan menghapus setiap saat, dan interaksi dengan pembaca dan pengguna. Jurnalisme online juga “tidak mengenal” deadline, seperti yang Anda lihat di media cetak. Batas waktu jurnalisme online – dalam arti 'terbitkan', paling lambat 'menit atau detik setelah peristiwa' Jurnalisme online adalah praktik jurnalistik yang mempertimbangkan berbagai format media (multimedia) untuk menulis laporan dan konten apa adanya. Ini memungkinkan interaksi antara jurnalis dan audiens dan menghubungkan berbagai elemen berita media dengan sumber online lainnya.[21]

2.2.8 Berita

Pengertian berita yang lain ialah, suatu informasi tentang hal yang sedang terjadi, diberitahukan dengan bentuk cetak, internet, siaran, ataupun dari mulut ke mulut. Berita juga dapat dipublikasikan lewat media secara berkala misalnya surat kabar, televisi, radio, ataupun media online. Menurut Nasution, pengertian berita ialah laporan terkait peristiwa peristiwa yang terjadi dan ingin diketahui secara umum, yang bersifat aktual, telah terjadi dalam 'lingkungan pembaca, berhubungan dengan tokoh terkemuka, dan akibat peristiwa tersebut bisa berpengaruh kepada pembaca.[22]

Menurut Putra (2007), Berita adalah laporan tentang peristiwa kontroversial di antara mereka yang mendengar atau mengetahuinya. Di sisi lain, menurut Suhandang (2010), berita hanyalah laporan atau pemberitahuan dari setiap peristiwa nyata yang menarik perhatian banyak orang. Peristiwa yang menyangkut fakta dan data yang ada

---

21 Asep Syamsul, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Hlm. 18

22 Bagus Sasmito Edi Wahyono, *Rambu-Rambu Jurnalistik (Bagaimana Menulis Berita yang Layak Baca)*. Hlm. 17.

di alam semesta ini sebenarnya berarti “baru-baru ini” dan sedang hangat diperdebatkan oleh masyarakat.

Berita adalah pesan media yang paling penting karena menjamin kualitas demokrasi negara. Mengelaborasi pemikiran Iryna Tuz (2007), ada 4 cara berita menjamin demokrasi melalui berita, yaitu:

1) Berita berfungsi sebagai watchdog (penjaga) yang sangat kuat, terutama mengawasi para pihak yang memiliki kekuasaan.
2) Berita menempatkan isu-isu penting sebagai sorotan masyarakat.
3) Berita mendidik warga negara agar dapat membuat keputusan politik yang tepat.
4) Berita menghubungkan satu orang dengan orang lain agar dapat mempererat 'ikatan' sosial yang mengikat masyarakat sipil.

Kualitas berita sangat mempengaruhi kualitas hidup warga. Jika media selalu memberikan berita tentang isu-isu yang menguasai hidup orang banyak, informasi mengenai masalah itu dan pada akhirnya pengetahuan-jadi meluas sehingga masyarakat dapat mengambil keputusan yang tepat terkait isu tersebut. Sebaliknya, jika media hanya menyajikan informasi remeh-temeh seperti kehidupan pribadi para pesohor, peristiwa yang sudah jauh berlalu, kenyataan yang direkayasa, promosi merek atau individu, masyarakat akan kesulitan memperluas wawasan sehingga tidak dapat Membuat keputusan yang tepat untuk menangani masalah pribadi, sosial, dan nasional. Berita berkualitas menghasilkan orang-orang cerdas dalam pikiran, tindakan, dan tindakannya. Komersialisasi berita yang hanya mementingkan daya jual berita, menurunkan kualitas kehidupan bangsa.

2.2.9 Nilai-Nilai Berita

Menurut W.J.S Purwadarminta mendefinisikan Berita adalah laporan tentang apa yang terjadi baru-baru ini. Di sisi lain, menurut Mitchel V. Charnley, berita adalah laporan tercepat dari peristiwa faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca, dan menarik untuk diikuti.23.

Kriteria umum untuk nilai berita (New Value) adalah kriteria yang dapat digunakan wartawan, wartawan (jurnalis) dan editor untuk memutuskan fakta mana yang layak diberitakan dan mana yang lebih baik. Kriteria ini memudahkan wartawan untuk mengidentifikasi peristiwa mana yang harus diberitakan dan diberitakan dan mana yang tidak boleh diberitakan dan dilupakan.

Kriteria nilai berita sangat penting bagi editor untuk mengkaji dan menentukan berita mana yang paling penting dan terbaik untuk dipublikasikan, disebarluaskan atau didistribusikan kepada masyarakat umum melalui media massa. Ashadi Siregar, Dari sudut pandang jurnalis, nilai berita setelah mereka: kepentingan, ukuran, ketepatan waktu, kedekatan, kemasyhuran, dan kepentingan manusia.

Karena kriteria berita hanya didasarkan pada sudut pandang jurnalis atau sudut pandang profesional jurnalisme Barat, mereka sering memainkan masalah etika. Hal ini perlu ditegaskan karena media massa pada hakekatnya merupakan cerminan masyarakat suatu negara dan mengandung nilai berita yang berbeda dengan media massa negara lain.24

2.2.10 Konten

Konten adalah informasi yang dibuat oleh pengguna sistem media online dan tersedia melalui media atau produk elektronik agar tercapainya informasi kepada

---

23 Mulyadi dan Musman, *Jurnalisme Dasar: Panduan Praktis Para Jurnalis*. Hlm. 111
24 Wahyu Wibowo, *Menuju Jurnalisme Beretika*. Hlm.18

khalayak banyak. Konten biasanya terdapat di media sosial seperti Instagram, Youtube, Twitter, dan lain lain. Konten biasanya berisi foto, cuplikan video, tulisan, dan file audio yang dimuat pada sebuah platform media sosial. Istilah konten digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur berbagai bentuk dan genre informasi sebagai elemen nilai tambah media.[25]

Adanya media baru memungkinkan orang untuk membuat konten yang berbeda secara independent dengan modal yang relatif kecil, seperti misalnya dengan membuat video himbauan tentang kesehatan, mengambil foto tentang kejadian kecelakaan lalu memposting kedalam media sosial, dan membuat *podcast* penyuluhan tentang bahaya obat-obatan terlarang.

2.2.11 Media Informasi

Informasi adalah dasar dari pengetahuan, dan orang-orang yang berpendidikan dan berpengetahuan diberdayakan dan mampu berpartisipasi dalam urusan kependudukan, pembangunan dan kemajuan sosial. Hak publik atas kebebasan berekspresi dan akses informasi sangat penting untuk memperkuat dan membangun masyarakat yang demokratis, sipil dan sehat yang menghormati hak asasi manusia dan melayani publik dengan tulus..[26]

Informasi dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa latin *informationem* (akusatif) dan *information* (nominatif). Informasi, sebagai kata benda, berasal dari kata kerja informal, yang berarti "memperoleh informasi" atau "membentuk pikiran",

---

25 Yelli Agesti, *Pengaruh Konten Video Dance K-Pop Di Youtube Terhadap Komunitas Cover Dance Di Bandar Lampung Untuk Melakukan Cover Dance K-Pop Semarang*. Hlm. 25.
26 Dharlinda Suri, *Pemanfataan Media Komunikasi dan Informasi Dalam Perwujudan Pembangunan Nasional*. Hlm. 178

"menjelaskan suatu disiplin", "mengajar", dan "memberi/menginstruksikan". Selain itu, informasi kata Latin mengandung konsep atau ide.[27]

Sederhananya, informasi adalah pesan yang diterima dan dipahami, dan ketika menyangkut data, informasi dapat didefinisikan sebagai kumpulan fakta yang menarik kesimpulan. Ada banyak aspek lain dari informasi karena keberadaan informasi adalah pengetahuan yang diperoleh melalui pembelajaran dan pengalaman belajar. Secara keseluruhan, informasi merupakan hasil pengolahan, manipulasi, dan pengorganisasian data untuk meningkatkan pengetahuan penerimanya. Para ahli komunikasi mengatakan bahwa informasi berkaitan erat dengan kualitas pesan dari pengirim kepada satu atau lebih penerima. Informasi selalu berisi hal-hal dengan parameter tentang peristiwa, nilai, dan etika.[28]

Fritz Machlup mengatakan bahwa informasi bukan sekadar “sesuatu" yang menggambarkan “sesuatu". Informasi mencakup makna yang dicirikan oleh sifat, unsur, fungsi, dimensi, hubungan, dan sebagainya. Juga, kita tidak dapat mengatakan bahwa semua yang kita ketahui tentang fakta adalah informasi, tetapi kita perlu memahami apa artinya, fakta tidak berdiri sendiri, fakta menghasilkan data. Artinya, informasi dan kebajikan, termasuk pengetahuan.[29]

Ini berbeda dari masa lalu, dan itu berbeda dari hari ini. Dahulu sebagian besar masyarakat menerima informasi kesehatan secara lisan, namun kini semakin berkembangnya teknologi modern menciptakan informasi kesehatan baru yang dibutuhkan masyarakat.[30]

---

27 Alo liliweri, *Komunikasi serba ada serba makna*. Hlm. 838
28 Ibid. Hlm. 839
29 Alo liliweri, *Komunikasi serba ada serba makna*. Hlm. 840
30 Dhita dan Ikhsan, *Pemanfaatan Media Komunikasi Dalam Penyebaran Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat*. Hlm. 10

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membuatinformasi dan pengetahuan menjadi mesin perubahan kehidupan ekonomi, sosial, politik, dan budaya. Wajar abad ini disebut sebagai era pengetahuanatau informasi. Siapapun yang dapat menguasai informasi dapat menguasai dunia. Maka sungguh penting khalayak menguasai literasi informasi agar dapat menjadi bagian dari perubahan zaman.

Informasi diperjualbelikan secara massif untuk keuntungan finansial dan politis kelompok tertentu. Contoh komodifikasi informasi yang tampak jelas adalah survei menjelang pemilu ketika para kandidat berlomba membayar peneliti untuk mengetahui popularitas dan elektabilitas mereka. Hasil riset pasar dibeli oleh berbagai produsen barang dan jasa agar dapat dijadikan referensi strategi pasar yang jitu. Salah satu isu yang mengemuka saat ini adalah informasi data diri pelanggan (nomor telepon, alamat, dan lainlain) yang sering dijual oleh penyedia layanan seluler kepada pihak ketiga seperti asuransi dan bank agar mereka dapat mengarahkan aneka bentuk promosi pada pelanggan.

2.2.12 *Followers*

Followers dalam sistem sosial media sosial adalah mengikuti akun pengguna lain atau memiliki pengikut di media sosial. Ini menjalin komunikasi antara pengguna media sosial lainnya. Pengikut juga merupakan faktor penting, dan jumlah suka dari pengikut memiliki dampak besar pada apakah sebuah postingan menjadi postingan yang disukai.

Followers dapat digunakan sebagai kepentingan bisnis terutama yang menggunakan media sosial sebagai *online shop*, semakin banyak *followers* yang dimiliki maka orang yang ingin membeli di akun online shop tersebut semakin banyak karena memiliki *followers* yang banyak dan menganggap toko ini terpercaya.

2.2.13 Tingkat Kredibilitas

Menurut Rachmat, krediblitas meupakan persepsi yang diberikan oleh masyarakat mengenai kualitas yang melekat pada seorang nara sumber. Kredibilitas terdiri dari dua komponen utama: keahlian dan kepercayaan. Keahlian adalah kesan masyarakat terhadap keterampilan nara sumber yang relevan dengan topik yang dibahas, dan kepercayaan adalah kesan masyarakat terhadap karakter, seperti kejujuran, moralitas, dan sebagainya.

Menurut Hall, kredibilitas yang berasal dari satu set nilai inilah yang membangun media dalam berbagai gaya, bentuk, dan genre yang tampaknya jelas secara budaya. Nilai-nilai tersebut ditentukan oleh perkembangan zaman, teknologi, dan tuntutan sosial budaya lembaga media.

2.2.14 Kredibilitas Media

Sebuah media dianggap dapat dipercaya jika sesuai dengan keterpercayaan media tersebut. Menurut Johnson dan Kaye, kredibilitas media adalah kelangsungan hidup suatu media yang dapat diandalkan untuk kualitas isi beritanya sebagai produk jurnalistik. Menurut Hovland dkk. Keandalan adalah persepsi individu terhadap validitas informasi. Flanagin and Metzger (2000), Mengenal Keandalan Informasi Internet, menjelaskan bahwa media tradisional melalui proses verifikasi dan terlebih dahulu melakukan pemeriksaan dan kontrol sebelum dirilis ke publik, sedangkan situs Internet tidak selalu melakukan langkah ini.[31].

Peneliti menggunakan faktor faktor kredibilitas berita media yang dibentuk menurut Driscoll, Garrison, Salwen[32]:

---

31 Flanagin dan Metzger, *Perceptions of internet information credibility*. Hlm. 526
32 Driscoll, Garrison, dan Salwen, *Online News and the Public*. Hlm. 157

1. *Trustworthiness* dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *trustworthy*, *believable*, *balanced*, *report the whole story*, *fair*, *accurate*.

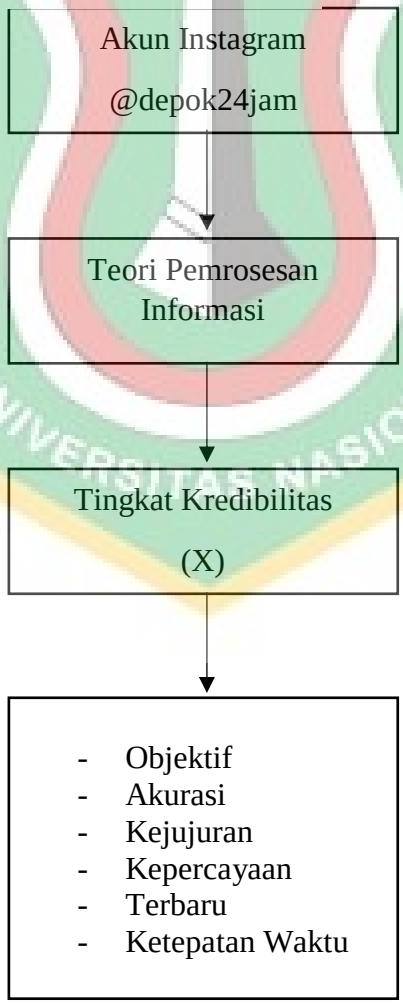
2. Currency dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *timely*, *current*, *up-to date*.

3. Bias dalam pemberitaan yang mencakup dimensi *biased*, *objective*.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan studi pustaka diatas dalam tinjauan pustaka yang telah diuraikan, maka kerangka pemikiran mengenai pengaruh konten media sosial Instagram @depok24jam terhadap sumber media informasi pembaca disajikan dalam kerangka sebagai berikut:

Table 2 1 Kerangka Berpikir



Dalam kerangka berpikir yang telah peneliti uraikan, peneliti memilih akun Instagram @depok24jam sebagai objek yang akan diteliti dengan menggunakan teori pemrosesan informasi menurut Robert Gagne. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tingkat Kredibilitas sebagai variabel X dengan dimensinya yaitu Objektif, Akurasi, Kejujuran, Kepercayaan, Terbaru, dan Ketepatan Waktu.

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang sedang diteliti. Rumusan masalah biasanya berisi teori dan penjelasan seputar penelitian. Disebut sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.

Berdasarkan kerangka berpikir maka rumusan hipotesis yang dikemukakan kedalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho = tidak terdapat Tingkat Kredibilitas Informasi di Media Sosial Instagram @depok24jam bagi Followers.

H1 = terdapat Tingkat Kredibilitas Informasi di Media Sosial Instagram @depok24jam bagi Followers.

Dari hipotesis tersebut, jika terdapat hubungan positif antara Tingkat Kredibilitas Informasi Media Sosial Instagram @depok24jam bagi Followers, maka H1 diterima dan Ho ditolak

UNIVERSITAS NASIONAL