

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi sebuah upaya penulis untuk mencari perbandingan sehingga penulis dapat memperkaya teori dan juga membantu mempertahankan orisinilitas dari penelitian.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL	TEORITIS	METODE PENELITIAN	HASIL
1	Moh. Ali Ma'ruf	Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif pada founder dan followers	New Media	Kualitatif	Masyarakat Kota Nganjuk mengetahui bagaimana penggunaan instagram @nganjukkot abayu sebagai media informasi.

		@nganjuk kotabayu)			
2	Aprillia Findayani	Sosial Media sebagai Upaya Pengurangan Risiko Bencana Covid 19 (Studi Kasus Kota Semarang)	New Media	Kuantitatif	Berdasarkan 1.421 data responden di Kota Semarang yang terdiri dari 893 perempuan dan 528 laki-laki menyatakan 94,9 % masyarakat Kota Semarang memperoleh informasi tentang covid-19 dari media



					<p>sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, hingga aplikasi chatting seperti WhatsApp.</p>
3	Saskia Puji Lestari	<p>Peran Cityzen Journalism Dalam Menyajikan Informasi Kota Tangerang Selatan Berbasis Media Instagram</p>	<p>Teoritis Peran</p>	Kualitatif	<p>Cityzen Journalism dapat membantu tim dalam akun media sosial Instagram @tangsel.life untuk mendapatkan sumber informasi dengan cepat yang ter-</p>

					<p>update dan secara real time atau langsung, karena dengan posisi citizen journalism yang mengirimkan informasi tersebut berada langsung di lokasi kejadian.</p>
4	Yonatan Alex Arifianto	<p>Pentingnya Peran Media Sosial dalam Pelaksanaan Misi di Masa Pandemi Covid-19</p>		Kualitatif	<p>Penggunaan media sosial yang sudah lumrah pada masa kini oleh orang percaya memegang peranan yang</p>

					<p>sangat penting bagi kemajuan pekerjaan misi Allah di tengah-tengah keterbatasan pada masa pandemi Covid-19.</p>	
5	A.A Manik Pratiwi	Peran Media Sosial Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19	Media Dalam Sosial	Media Sosial	Kualitatif	<p>Mengkaji peran media sosial dalam meningkatkan penjualan produk secara online saat pandemi Covid-19.</p>

- Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk (Studi Deskriptif Kualitatif pada founder dan followers @nganjukkotabayu)

Persamaan : Penyebaran informasi melalui media sosial Instagram

Perbedaan : Penyebaran Informasi terfokuskan untuk Masyarakat Kabupaten Nganjuk

- Sosial Media Sebagai Upaya Pengurangan Risiko Bencana Covid-19 (Studi Kasus Kota Semarang)

Persamaan : Penyebaran Informasi melalui Media Sosial

Perbedaan : Penyebaran Informasi terfokuskan pada pengurangan Risiko terpaparnya Covid-19 di Kota Semarang

- Peran Cityzen Journalism Dalam Menyajikan Informasi Kota Tangerang Selatan Berbasis Media Instagram

Persamaan : Penyebaran Informasi melalui Media Sosial

Perbedaan : Penyebaran Informasi terfokuskan informasi di Kota Tangerang Selatan

- Pentingnya Peran Media Sosial dalam Pelaksanaan Misi di Masa Pandemi Covid-19

Persamaan : Penyebaran Informasi melalui Media Sosial

Perbedaan : Penyebaran Informasi terfokuskan pada masa Pandemi Covid-19

- Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Online Saat Pandemi Covid-19



Persamaan : Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial

Perbedaan : Penyebaran Informasi terfokuskan pada penjualan online disaat Pandemi Covid-19

## 2.2. Konsep dan Teori

Penelitian akan memaparkan teori-teori dan konsep-konsep yang relevan dengan tema yang akan di teliti. Teori-teori dan konsep-konsep yang digunakan akan di paparkan sebagai berikut.

### 2.2.1. Komunikasi Massa

Definisi Komunikasi Massa Menurut Gebner yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yang lain, yaitu Gebner. Menurut Gebner (1967) "*mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of message in industrial sociates*". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi Lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia (Rakhmat, seperti yang dikutip Komala, dalam Kamilah, dkk. 1999).

Dari definisi Gebner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus

oleh Lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industry.

### 2.2.1.1. Ciri – Ciri Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik audio media visual ataupun media cetak. Media massa selalu melibatkan lembaga dan komunikatornya untuk bergerak dalam komunikasi yang kompleks. Apabila pesan itu disampaikan dengan media pertelevisian maka prosesnya komunikator melakukan suatu penyampaian melalui teknologi audio visual secara verbal ataupun non verbal dan nyata. Adapun ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut.

a.

Pesan

Bersifat Umum

Komunikasi massa bersifat terbuka artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak untuk menunjukan kelompok orang tertentu.

b. Komunikanya Anonim dan Heterogen

Pada Komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya dan mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonym), karena komunikasinya



menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung.

c. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khlayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas.

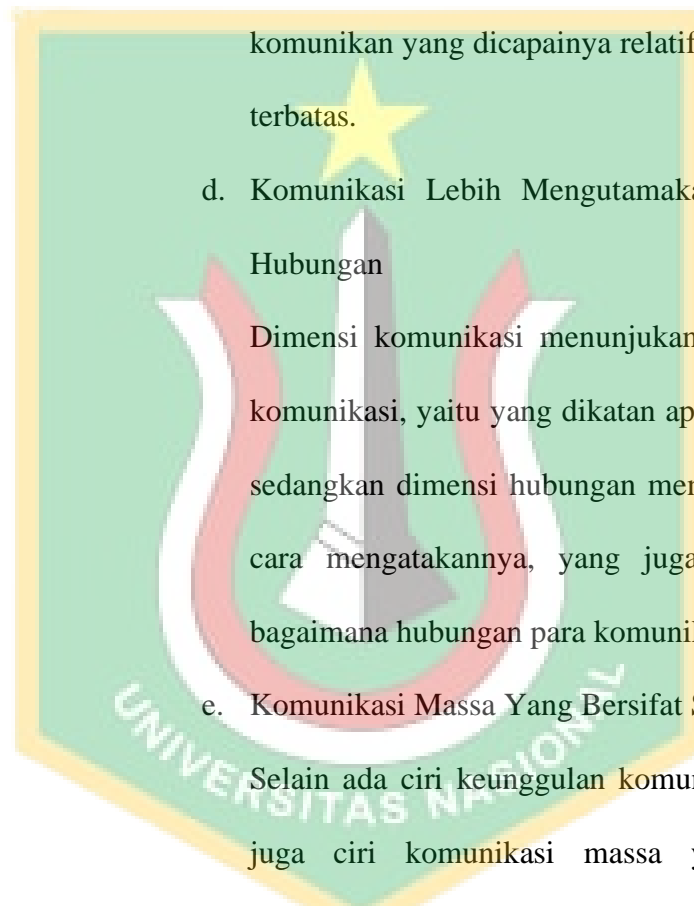
d. Komunikasi Lebih Mengutamakan Isi dari pada Hubungan

Dimensi komunikasi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu yang dikatan apa yang dilakukan, sedangkan dimensi hubungan menjukan bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para komunikasi itu.

e. Komunikasi Massa Yang Bersifat Satu Arah

Selain ada ciri keunggulan komunikasi massa, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa yang bersifat satu arah, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.

f. Simulasi Alat Indra Yang Terbatas



Ciri komunikasi massa yang dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas.<sup>10</sup>

Komunikasi massa ialah komunikasi yang diperuntukan kepada khalayak luas ataupun warga umum dengan sifat komunikasi yang heterogen.

### 2.2.2. New Media

Menurut dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun sebagai pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana. Adapun perbedaan media baru dan media lama yakni, media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerima dengan simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayah dan modernitas, membedakan kontak global secara instan dan memasukan informasi modern/aktif modern kedalam mesin aparat yang berjaringan. Membandingkan media baru untuk mencetak, fotografi, atau televisi tidak akan memberi tahu secara keseluruhan cerita. Karena meskipun

---

<sup>10</sup> Komsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Grasindo, anggota Ikapi, 2017). Hal 2-5.

dari sudut pandang media baru memang jenis lain dari media, dari lain itu hanya jenis tertentu dari data komputer.<sup>11</sup>

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik.<sup>12</sup>

Media baru memiliki keuntungan seperti mudah diproses, diganti, disimpan, cepat dalam hal penyebaran informasi karena menggunakan koneksi internet dan dapat dihubungkan dengan media lainnya. Sehingga, khalayak dapat memilih sumber-sumber yang dibutuhkan.

#### **2.2.2.1. Karakteristik New Media**

##### **1. Digitalisasi**

Adanya perkembangan teknologi digital, memungkinkan informasi menjadi terdigitalisasi. Digitalisasi menghasilkan adanya konvergensi informasi menjadi sebuah sistem. Informasi yang tersedia menjadi online.

---

<sup>11</sup> Denis McQuil, Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, (Jakarta:Erlangga:2011), hal.34

<sup>12</sup> Mondry. Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalisti. Bogor: Ghalia Indonesia. 2010. Hal 13

## 2. Interaktif

Media baru memberikan bentuk komunikasi dua arah. Khalayak dapat memberikan tindakan untuk mengomentari atau mengkritik.

## 3. Hypertektnality

Hypertect merupakan sebuah link yang dapat merujuk sebuah teks halaman lainnya. Hypertext dapat menguntungkan pembaca karena sumber informasi dapat tersedia lebih banyak.

## 4. Jaringan

Jaringan pada media baru dan memudahkan sebuah media dalam mencari sumber informasi dan khalayak lebih luas.

## 5. Virtual

Karakteristik yang mengandung unsur audio-visual dan memperlihatkan kondisi yang seolah nyata dan seolah dekat. Seperti di media sosial Instagram, pengguna dapat mengunggah foto atau video probadi serta melakukan live streaming yang memungkinkan untuk berinteraksi lebih dekat.

## 6. Simulasi

Merupakan tahap setelah virtual yang memudahkan khalayak untuk menggunakan media baru tanpa memiliki bentuk yang sebenarnya. Seperti contohnya adalah video game yang

menggunakan senjata. Tanpa menggunakan senjata, pengguna tetap dapat menggunakannya.<sup>13</sup>

Media baru memungkinkan orang-orang untuk membuat, memodifikasi, ataupun berbagi dengan orang lain, dengan menggunakan alat yang relatif sederhana, yang sering gratis atau murah. Media baru membutuhkan komputer atau perangkat mobile dengan akses internet.<sup>14</sup>

Adanya persamaan dan perbedaan media baru dan media lama, Jika Media lama yaitu memproduksi dan mendistribusikan pesan, bergerak dalam ruang publik, karenanya terikat oleh aturan – aturan tertentu, media massa berada dalam sebuah organisasi yang kompleks, lalu meliputi media cetak, radio, dan televisi, biaya sangat mahal, informasi selalu bersifat formal dan dapat dipertanggung jawabkan, harus menunggu informasi pada jam yang sudah di jadwalkan, khalayak tidak terhubung pada media dan sesama pengguna, dan umpan balik bersifat tertunda serta tidak langsung.

Proses produksi media baru tidak terbatas, disini siapapun dapat memberikan informasi kepada khalayak melalui media online. Media baru membuat masyarakat semakin mudah dalam mengakses informasi. Beberapa kelebihan dari new media yaitu memproduksi dan mendistribusikan pesan, juga melakukan pertukaran dan penyimpanan atas pesan-pesan tersebut, selain bergerak dalam ruang publik, juga ke ruang privat individu yang menggunakannya, organisasinya tidak kompleks, bahkan satu atau dua

---

<sup>13</sup> Kompasiana.com/karakteristik-media-baru-beserta-contoh/ diakses pada 4 Oktober 2022

<sup>14</sup> Nawiroh Vera, Komunikasi Massa, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hal.89

orangpun dapat menjalankannya, Meliputi media online, seperti media cetak yang diubah dalam format digital, TV online dan radio streaming, biaya relative murah, Informasi pada situs tertentu tidak bersifat formal, sehingga kredibilitas informasi tidak dapat dipertanggung jawabkan, mudah dalam pencarian informasi yang ingin didapatkan, tidak terbatas pada jadwal tertentu, para pengguna dapat terhubung secara langsung, dan umpan balik dapat disampaikan secara langsung, seperti “berkomentar”.<sup>15</sup>

### 2.2.3. Peran

Di dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, peran adalah sesuatu yang jadi bagian atau yang memegang pimpinan yang terutama.<sup>16</sup> Peran adalah bentuk dari perilaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu. Peranan (role) merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status). Apabila seorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka hal itu berarti dia menjalankan suatu peran. Keduanya tidak dapat dipisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya. Hal itu sekaligus berarti bahwa peranan menentukan apa yang diperbuatnya bagi masyarakat serta kesempatan - kesempatan apa yang diberikan masyarakat kepadanya.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Ibid, Nawiroh Vera (2016)

<sup>16</sup> W.J.S. Poerwadarminto, Kamus Umum Bahasa Indonesia, PN Balai Pustaka, Jakarta, 1984, hlm. 735

<sup>17</sup> Soerjono Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm. 212-213

Peran adalah bentuk dari perilaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu. Bila yang diartikan dengan peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam suatu status tertentu, maka perilaku peran adalah perilaku yang sesungguhnya dari orang yang melakukan peran tersebut, hakekatnya peran juga dapat dirumuskan sebagai suatu rangkaian perilaku tertentu yang ditimbulkan oleh suatu jabatan tertentu.

#### **2.2.4. Informasi**

Informasi adalah sebuah fakta atau data yang dikelola menjadi sesuatu hal yang bermanfaat bagi penerimanya. Menurut Gordon B. Davis: Informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu bentuk yang penting bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata atau yang dapat dirasakan dalam keputusan – keputusan yang sekarang atau keputusan – keputusan yang akan datang.<sup>18</sup>

##### **2.2.4.1. Ciri – Ciri Informasi**

1. Akurat, yaitu maksudnya yaitu informasi dapat mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
2. Relevan, yaitu informasi yang diberikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan.
3. Tepat Waktu, yaitu informasi harus ada ketika dibutuhkan.
4. Lengkap, yaitu informasi harus utuh dan tidak setengah-setengah.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Jeperson Hutahaeon, Konsep Sistem Informasi, Edisi 1, (Yogyakarta), hlm 9

<sup>19</sup> [Temukanpengertian.com/2013/07/pengertian-informasi.html](http://Temukanpengertian.com/2013/07/pengertian-informasi.html), diakses pada 4 Oktober 2022

#### 2.2.4.2. Fungsi Informasi

1. Sebagai Sumber Pengetahuan, Informasi menyediakan peristiwa dan kondisi dalam masyarakat tertentu. Serta masyarakat umum bisa memperoleh informasi yang berkaitan dengan kebutuhan dan kepentingannya dan sebagai sumber pengetahuan baru.

2. Sebagai Hiburan, menyediakan hiburan untuk pengalihan perhatian dan sebagai sarana relaksasi serta meredakan ketegangan sosial bagi masyarakat. Hiburan juga sebagai sarana untuk melepaskan beban atau permasalahan hidup bagi setiap individu.

3. Fungsi Memengaruhi, juga memperkenalkan etika, menggerakkan seseorang, mengubah sikap, serta memperkuat sikap. Dengan begitu, informasi memiliki peran penting dalam mengubah keadaan suatu masyarakat.<sup>20</sup>

#### 2.2.5. Vaksinasi

Vaksin merupakan salah satu cara terpenting dan tepat guna untuk mencegah penyakit dan menjaga kondisi tubuh. Vaksinasi bertujuan untuk memberikan kekebalan spesifik terhadap suatu penyakit tertentu sehingga jika suatu saat terpapar penyakit tersebut maka hanya akan mengalami gejala yang ringan. Sebaliknya, apabila tidak melakukan vaksinasi maka tidak akan memiliki kekebalan tubuh yang spesifik terhadap penyakit yang seharusnya

---

<sup>20</sup> Bola.com/pengertian-informasi-beserta-jenis-dan-fungsinya/ di akses pada 4 Oktober 2022



dapat dicegah dengan pemberian vaksin tersebut. Apabila cakupan vaksinasi tinggi dan merata, maka akan terbentuk suatu kekebalan kelompok (herd immunity). Selain itu, vaksinasi Covid-19 juga dapat menjaga produktivitas dan mengurangi dampak sosial serta ekonomi. Vaksinasi Covid-19 dilakukan setelah kepastian keamanan dan keampuhannya ada.<sup>21</sup>

### **2.2.6. Media Sosial**

Media sosial, sesuai namanya merupakan media yang memungkinkan penggunaannya untuk saling bersosialisasi dan berinteraksi, berbagi informasi maupun kerjasama. Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Hal tersebut dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan di belahan bumi lain.

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang, itu dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.<sup>22</sup>

Kemajuan teknologi dan informasi, serta semakin canggihnya perangkat yang diproduksi oleh industri, seolah mewakili dunia baru bagi setiap

---

<sup>21</sup> [dinkes.surakarta.go.id/pentingnya-vaksinasi-covid-19/](https://dinkes.surakarta.go.id/pentingnya-vaksinasi-covid-19/) diakses pada 4 Oktober 2022

<sup>22</sup> Rulli Nasrullah. Komunikasi Antar Budaya di Era Siber, (Jakarta: Prenata Media, 2012), hal. 13

penggunanya, memungkinkan mereka untuk digunakan tanpa batasan ruang dan waktu.

Dikala ini media sosial telah berkembang pesat secara totalitas dan hampir digunakan oleh seluruh penduduk global untuk mempunyai kesempatan yang sama. Media sosial bisa digunakan oleh siapa saja serta digunakan tanpa batas tempat serta pula waktu, sehingga media sosial dapat dikatakan sebagai suatu alat komunikasi generasi dikala ini.

#### **2.2.6.1. Karakteristik Media Sosial**

Karakteristik dari media sosial adalah sebagai berikut:

1. Partisipasi, yaitu media sosial merupakan sebagai pendorong adanya kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau memiliki minat memakainya, sampai bisa mengaburkan batas antara media dan audience.
2. Keterbukaan, yaitu banyak media sosial yang terbuka untuk umpan balik dan juga partisipasi melalui suatu voting, berbagi dan juga komentar.
3. Perbincangan, yaitu media sosial sangat mungkin membuat adanya perbincangan ataupun pemakaian secara dua arah.
4. Keterhubungan, yaitu banyak media sosial berkembang pesat karena mempunyai suatu kemampuan yang bisa melayani keterhubungan antar pemakainya, melalui suatu fasilitas tautan

(links) ke website, sumber informasi dan bagi pemakai lainnya.

### 2.2.6.2. Fungsi Media Sosial

Fungsi media sosial adalah untuk berbagi cerita, informasi atau semacamnya, media sosial adalah salah satu kemajuan teknologi yang mampu digunakan oleh khalayak untuk berinteraksi kepada siapapun, ataupun berbagi foto, video, serta audio kepada satu sama lain, atau kepada siapapun. Fungsi media sosial secara umum adalah :

1. Memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan teknologi internet serta web
2. Menghasilkan komunikasi dialogis antara banyak audiens (*many to many*)
3. Melaksanakan transformasi manusia yang tadinya pemakai isi pesan berganti jadi pesan itu sendiri
4. Membangun personal branding untuk pengusaha maupun tokoh masyarakat
5. Sebagai media komunikasi antara pengusaha maupun tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial lain<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> <https://dosenpintar.com/pengertian-media-sosial/> diakses 4 Oktober 2022

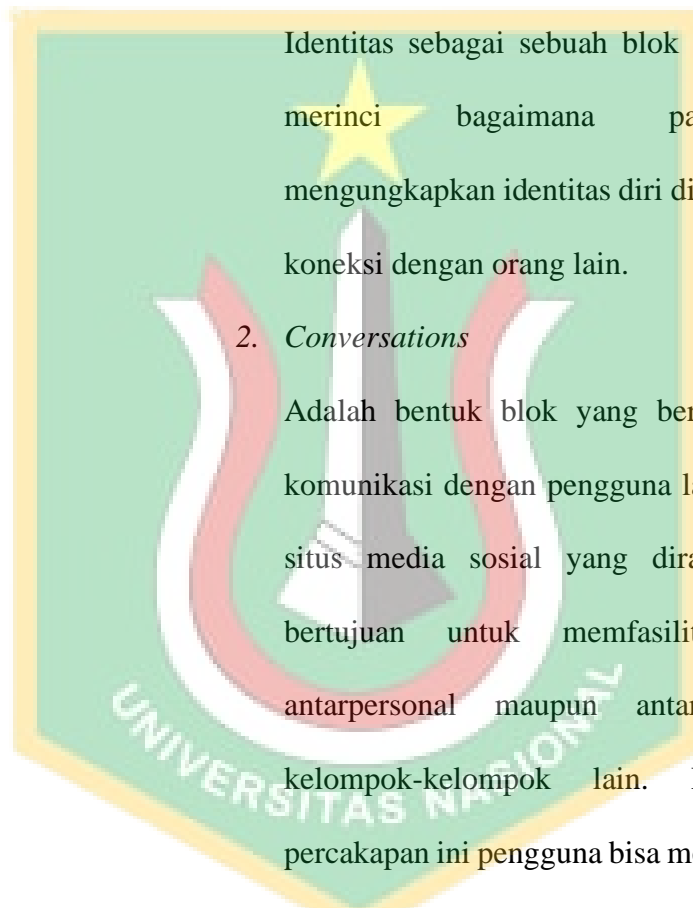
Menurut H. Kietzmenn fungsi media sosial itu ibarat "sarang lebah" yang membentuk kerangka jaringan yang terdiri dari "blok-blok" yang terhubung satu sama lain, sebagai berikut :

*1. Identity*

Identitas sebagai sebuah blok dari media sosial merinci bagaimana para pengguna mengungkapkan identitas diri dia ditengah-tengah koneksi dengan orang lain.

*2. Conversations*

Adalah bentuk blok yang berisi aktivitas dari komunikasi dengan pengguna lainnya. Banyaknya situs media sosial yang dirancang ini yang bertujuan untuk memfasilitasi percakapan antarpersonal maupun antarpersonal dengan kelompok-kelompok lain. Dengan adanya percakapan ini pengguna bisa mendapatkan teman baru, membangun harga diri, menemukan cinta, menyajikan ide-ide baru atau mendorong diskusi tentang topic yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat



### 3. *Sharing*

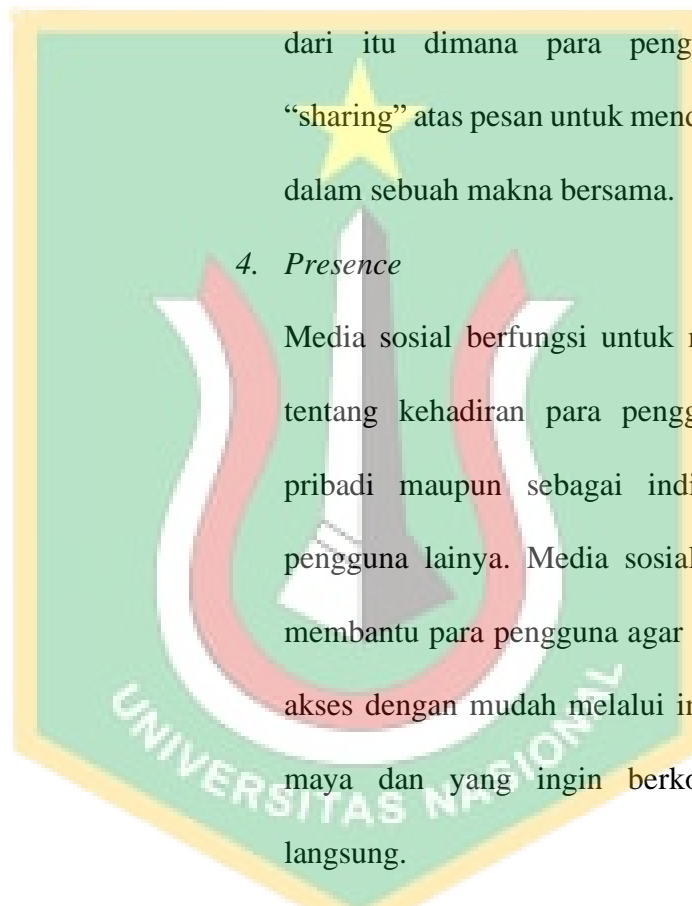
Media sosial membantu para pengguna melakukan “sharing” yaitu melakukan distribusi pesan, menerima pesan, dan bertukar pesan ataupun sebuah informasi. Bahkan lebih penting dari itu dimana para pengguna melakukan “sharing” atas pesan untuk mendapatkan “konten” dalam sebuah makna bersama.

### 4. *Presence*

Media sosial berfungsi untuk menyadarkan kita tentang kehadiran para pengguna baik secara pribadi maupun sebagai individu dari mana pengguna lainnya. Media sosial berfungsi untuk membantu para pengguna agar mereka membuka akses dengan mudah melalui internet atau dunia maya dan yang ingin berkomunikasi secara langsung.

### 5. *Relationship*

Blok hubungan menunjukan sejauh mana pengguna dapat berhubungan dengan pengguna lain. Dengan berhubungan berarti bahwa dua atau lebih pengguna memiliki beberapa bentuk hubungan yang membawa mereka untuk berkomunikasi,



berbagai objek sosialitas, bertemu, atau hanya berkenalan dan mendaftar identitas satu sama lain sebagai teman.

#### 6. *Reputations*

Menunjukkan sejauh mana pengguna dapat mengidentifikasi status sosial orang lain, termasuk menyatakan status diri mereka sendiri. Reputasi dapat memiliki arti yang berbeda-beda pada platform media sosial.

#### 7. *Groups*

Kelompok dalam media sosial secara fungsional menunjukkan sejauh mana para pengguna dapat membentuk komunitas, kelompok atau bahkan masyarakat baru.<sup>24</sup>

### 2.2.6.3. Manfaat Media Sosial

Media sosial dapat digunakan sebagai media informasi. Tentunya memperoleh informasi dan memberi informasi kepada orang lain. Informasi ini dapat sebagai meminta bantuan, membantu pencarian orang hilang dan juga dapat menambah wawasan dibidangnya. Ini beberapa contoh manfaat dari sosial media:

---

<sup>24</sup> Valentin Valiant, Instagram Sebagai Media Eksistensi Diri, Jakarta: Universitas Persada Indonesia, 2020, hal.14

### 1. Sarana Belajar, Mendengarkan, dan Menyampaikan

Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data, dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga bisa menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain.

### 2. Sarana Dokumentasi, Administrasi, dan Integrasi

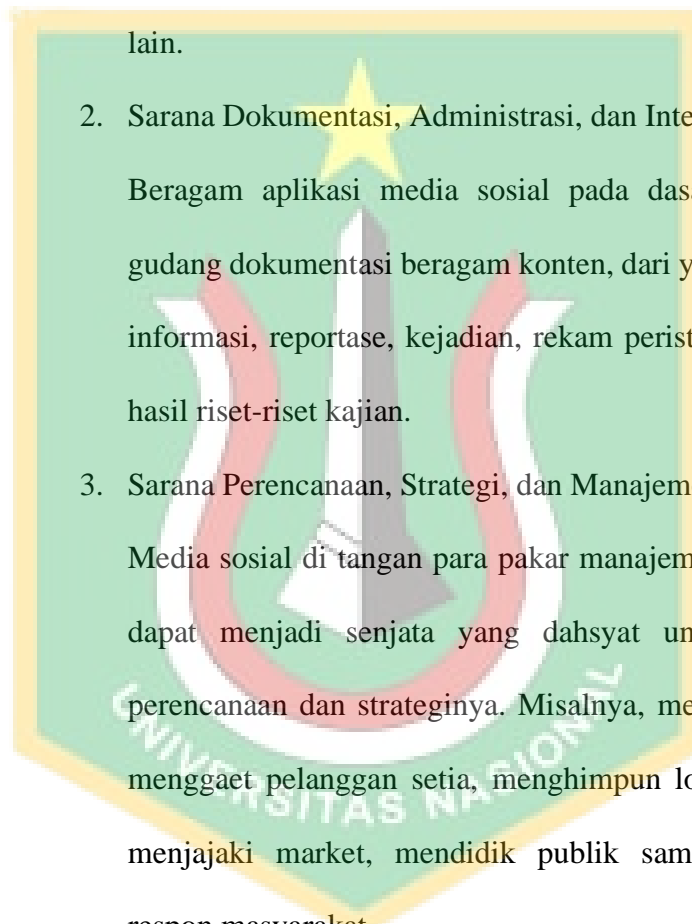
Beragam aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase, kejadian, rekam peristiwa, sampai pada hasil riset-riset kajian.

### 3. Sarana Perencanaan, Strategi, dan Manajemen

Media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya, melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik sampai menghimpun respon masyarakat.

### 4. Sarana Kontrol, Evaluasi, dan Pengukuran

Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang



telah dilakukan. Ingat respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi.<sup>25</sup>

#### 2.2.6.4. Jenis Media Sosial

Menurut Puntodi terdapat beberapa jenis media sosial di antaranya sebagai berikut:

1. Bookmarking

Bookmarking memberikan sebuah kesempatan untuk membagikan link dan tag yang diminati.

2. Blog

Merupakan bentuk terbaik dari media sosial, berupa jurnal online dengan pemuatan tulisan terbaik, yaitu tulisan terbaru ada di halaman depan.

3. Wiki

Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda, misalnya situs knowledge sharing, wikitravel yang memfokuskan sebagai suatu informasi pada suatu tempat.

4. Podcast

Menyediakan file-file audio dan video dengan berlangganan melalui layanan seperti *itunes* dan *apple*

---

<sup>25</sup> Merdeka.com/mengenal-fungsi-media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya/Diakses pada 4 Oktober 2022



#### 5. Flickr

Situs yang dimiliki yahoo, yang mengkhususkan sebuah image sharing dengan kontributor yang ahli pada setiap bidang fotografi di seluruh dunia. Flickr menjadikan sebagai photo catalog yang setiap produknya dapat dipasarkan.

#### 6. Forum

Area untuk diskusi online seputar topic dan minat tertentu forum sudah ada sebelum media sosial, menjadi komunitas online yang kuat dan populer

#### 7. Creating Opinion

Media sosial tersebut memberikan sarana yang dapat untuk berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui media sosial tersebut, semua orang dapat menulis jurnal, sekaligus sebagai komentator.

#### 8. Microblogging

Situs jejaring sosial yang dikombinasikan dengan blog, dimana sejumlah konten didistribusikan melalui jaringan *mobilephone*, *twitter* adalah pemimpin layanan ini.

#### 9. Jejaring Sosial

Melalui situs-situs konten sharing tersebut orang-orang menciptakan berbagai media dan juga publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Adapun beberapa contoh dari aplikasi

media sosial tersebut adalah Facebook, WhatsApp, Line, Youtube, Twitter, Instagram.<sup>26</sup>

### 2.2.7. Instagram

Gambar 2.1 Logo Instagram



Sumber : Google.com, diakses pada 4 Oktober 2022

Instagram pada dasarnya adalah aplikasi untuk berbagi foto dan video, yang dilengkapi dengan fitur komentar dan direct message, semakin berkembangnya teknologi kemajuan dari instagram itu sendiri juga semakin terlihat, dari banyak nya fitur fitur yang ada pada saat ini, seperti, instastory, efek digital, igtv, reels dan berbagai fitur lainnya.

Instagram adalah salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak di dunia. Sebagai salah satu media sosial yang populer, Instagram menyediakan berbagai macam fitur yang sangat berguna dan bisa diakses oleh siapa saja

---

<sup>26</sup> Ibid/Merdeka.com/Diakses pada 4 Oktober 2022

tanpa batasan usia. Instagram kini bahkan merambah ke dunia bisnis dan penjualan online.<sup>27</sup>

Instagram merupakan suatu app yang berasal dari gadget yang memang berlatar belakang media sosial. Aplikasi yang berlogo merah kotak ini memang sekilas mirip dengan twitter, namun sedikit ada perbedaan yang dilihat pada pengambilan foto dan video kepada user-nya. Instagram juga mendorong pada user-nya untuk terus meningkatkan kreatifitas dan berkarya, karena memang instagram sudah menyediakan wadah yang artistik.<sup>28</sup>

#### 2.2.7.1. Fitur Instagram

Fungsi Instagram juga untuk meningkatkan interaksi pengguna-nya dengan berbagai fitur layanan baru. Berikut fitur yang ada di instagram:

1. Instagram Stories (*Instastory*)

adalah fitur yang membuat pengguna membuat konten singkat dengan durasi 15 detik untuk satu slide. Jika durasinya lebih panjang dari 15 detik maka akan berganti ke slide berikutnya. Setiap story memiliki batas waktu tayang hingga 24 jam. Di dalam fitur ini ada banyak sekali macam-macam model filter, selain itu kita bisa menambahkan gif yaitu gambar atau tulisan

---

<sup>27</sup> Merdeka.com/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjelasan-nya/Diakses pada 4 Oktober 2022

<sup>28</sup> Bambang Dwi Atmoko, Instagram Handbook Tips Photographi Ponsel, (Jakarta: Media Kita, 2012), hal. 10

bergerak yang lucu dan unik, *question*, *mention*, *hashtag*, *polling*, *quiz* dan stiker lainnya.

## 2. Instagram Direct (*Direct Message*)

adalah layanan instagram yang satu ini menjadi salah satu fitur yang pasti digunakan oleh pengguna instagram, pada dasarnya para pengguna saling mengirim pesan secara pribadi. Selain mengirim pesan *text*, *direct message* ini juga bisa mengirim pesan berbentuk foto ataupun video.

## 3. Instagram TV (IGTV)

merupakan fitur yang membuat konten video berdurasi panjang. Aplikasi IGTV berdiri sendiri, meskipun kontennya terintegrasi dengan Instagram. Fitur IGTV sekilas mirip dengan aplikasi Youtube dimana pengguna harus membuat channel lebih dulu sebelum upload video.

## 4. Instagram Live

adalah fitur agar pengguna Instagram untuk streaming video secara *real-time* atau untuk siaran langsung dimanapun untuk dilihat oleh pengikutnya ataupun pengguna lainnya.

## 5. Highlight

Highlight terdapat di profil instagram pengguna, berisi kumpulan instastory yang kita perlihatkan lebih dari 24jam. Fitur ini dapat dibagi kebeberapa bagian sesuai keinginan penggunanya.

## 6. Caption

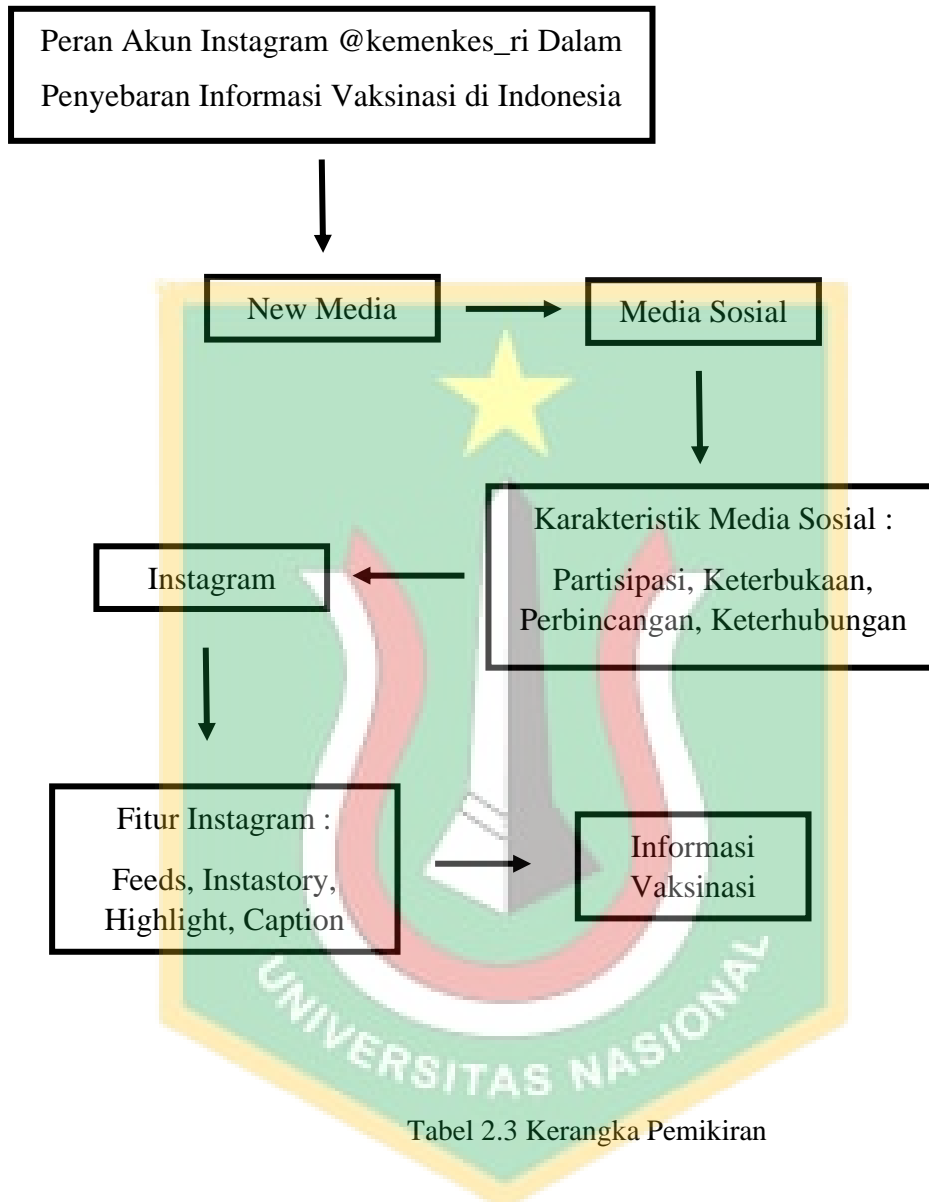
Keterangan di saat ingin mem-posting foto atau video oleh penggunanya.

### 2.2.7.2. Fungsi Instagram

Fungsi Instagram hanya sebatas interaksi sosial, melakukan share foto dan video serta meningkatkan popularitas dengan banyaknya teman atau followers. Dalam melakukan penyebaran informasi ini juga instagram memiliki sebuah fitur-fitur yang menarik dan mudah digunakan, sehingga pengguna bisa memaksimalkan dalam menggunakan instagram.



### 2.3. Kerangka Pemikiran



Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran