

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Relevan

Di bawah ini merupakan tabel tentang penelitian dan jurnal penelitian yang dilakukan sebelumnya mengenai promosi komunitas dengan menggunakan social media dan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya:

2.1.1. Tabel Penelitian Terdahulu

NO.	NAMA	JUDUL	METODOLOGI	TEORI	HASIL	KESIMPULAN
1.	Ramadhanti dan Setyanto (2018)	Pemanfaatan Instagram dalam Sosialisasi Gerakan Selamatkan Pejalan Kaki (Studi pada Komunitas Koalisi Pejalan Kaki).	Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus	Teori yang dilakukan terdiri dari komunikasi, komunikasi kelompok, media baru, dan komunitas	Komunitas Pedestrian Coalition menggunakan Instagram sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran pejalan kaki secara sosial akan gerakan Selamatkan Pejalan Kaki.	Secara umum pemanfaatan jejaring sosial Instagram yang digunakan oleh himpunan mahasiswa Nahdlatul Ulama untuk meningkatkan eksistensinya memiliki beberapa fungsi yaitu 1) Inform, 2) Entertain, 3) Edukasi, 4) Persuade. ¹

¹ Lilis Ramadhanti dan Yugih Setyanto “Pemanfaatan Instagram dalam sosialisasi Gerakan Selamatkan Pejalan Kaki (Studi pada Komunitas Koalisi Pejalan Kaki)” *MEDIASI* 2, no. 2 (2019): Hlm 400.

2.	Sondakh, dkk (2019)	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek <i>Express</i> .	Deskriptif kualitatif dan pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling.	Menganalisis akun Instagram Geprek <i>Express</i> menggunakan 7C <i>Framework</i> yang dikemukakan oleh Jeffrey F Rayport dan Bernard J Jaworski, yaitu <i>context, content, community, customization, communication, connection,</i> dan <i>commerce</i> ;	Di Instagram, materi iklan Geprek <i>Express</i> memiliki fitur yang memenuhi enam elemen kerangka 7C, yaitu Konteks, Konten, Komunitas, Komunikasi, hubungan dan bisnis.	Konteks berperan dalam membangkitkan ketertarikan, konten berperan dalam menentukan respons target, komunitas berperan dalam menyebarkan pesan secara luas dan personal, komunikasi berperan dalam menciptakan interaksi antara Geprek <i>Express</i> dengan pengguna Instagram lainnya, konektivitas memfasilitasi akses sekali klik ke informasi melalui tautan, tag, dan tagar, sedangkan perdagangan berperan dalam mendorong pembelian. Kekuatan Instagram terletak pada konten, komunitas, dan koneksinya. ²
3.	Diana Fitri dan Syahriar (2018)	Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital	Metode deskriptif kualitatif.	Teori strategi komunikasi pemasaran.	Dino Donuts bermaksud menggunakan Instagram dengan menganalisis masalah,	Dino Donuts menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi pemasaran digital, menggunakan

² Reinhart Abedneju Sondakh, Endang Erawan dan Sarwo Edy Wibowo “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @Geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek *Express*” e-Journal Ilmu Komunikasi 7, No. 1 (2019): Hlm 14.

		Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts.			menganalisis audiens, menentukan tujuan, memilih media dan saluran komunikasi serta mengembangkan rencana atau kegiatan untuk mencapai tujuan.	fitur foto dan video, komentar, caption, lokasi, tagar, tag dan iklan Instagram untuk pengasuhan media sosial dan pengikut dan suka untuk rekomendasi media sosial.
4.	Resti Sri Elwani dan Firman Kurniawan (2020)	Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja.	Pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif.	Teori pemasaran sosial digunakan dalam analisis dan membantu menjawab permasalahan dalam penelitian ini.	Media sosial dapat digunakan sebagai saluran komunikasi pemasaran sosial bagi remaja. Namun, media sosial tidak bisa berdiri sendiri, jadi memilih omni-channel adalah strategi yang lebih efektif.	Meneliti bagaimana media sosial digunakan dalam pemasaran sosial untuk remaja dan seberapa efektif strategi pengemasan pesan di media sosial meningkatkan kesadaran remaja. ³
5.	Insan Romadhan, Dkk, (2021)	“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Eksistensi Bagi Pegiat Seni Lettering.	Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif.	Teori manajemen impresi diri dari Jones & Pittmen.	Penelitian Nur Awaludin dalam kaitannya membangun citra seorang seniman sastra menunjukkan bahwa Nur Awaludin menggunakan Instagram dengan ciri khasnya. Nur Awaludin juga menunjukkan kesan yang baik dan menghidupkan citranya sebagai seniman	Penelitian ini mengkaji tentang keberadaan seniman sastra yang menggunakan media sosial Instagram. Peneliti tertarik untuk mempelajari gambaran Nur Awaludin karena cerita dan karya Nur Awaludin dapat ditemukan hampir di banyak tempat. Juga, banyak orang tidak

³ Resti Sri Elwani dan Firman Kurniawan, —Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja,| Jurnal Komunikasi 12, no. 1 (2020):Hlm 64.

					lettering dengan bergabung dalam komunitas lettering dan mendirikan tim proyek bernama Proyek Anak.	menyadari bahwa seniman menulis sambil menikmati karyanya ⁴
--	--	--	--	--	---	--

Tabel.2.1. penelitian relevan

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang penggunaan media sosial khususnya media baru *Instagram* pada suatu komunitas atau lembaga dengan metode penelitian deskriptif kualitatif yang menunjukkan bagaimana keberadaan suatu komunitas atau lembaga ketika muncul. penggunaan media sosial. , dan dengan bantuan media sosial. Sosial Instagram adalah tempat untuk berkomunikasi dengan khalayak.

Pembeda penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah teori yang digunakan berbeda. Dari Teori Komunikasi, Komunikasi Kelompok, Media Baru dan Komunitas, Kerangka Kerja 7C Jeffrey F Rayport dan Bernard J Jaworski, Teori Strategi Komunikasi Pemasaran, Teori Pemasaran Sosial, Teori Manajemen Kesan Diri Jones & Pittmen. Dan penelitian ini sendiri menggunakan teori *Uses and Scales*, dan kebaruan dari penelitian ini adalah mengkaji komunitas yang relatif baru dalam dunia fasilitas kesehatan ibu dan anak, terbentuk sekitar tahun 2020, sehingga belum ada yang melakukan penelitian tentang komunitas itu. Selain itu, pada tahun 2023 peneliti

⁴ Mohammad Insan Romadhan, Muchamad Rizqi, dan Ajeng Ferdiawati, —Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Eksistensi Bagi Pegiat Seni Lettering, | MEDIASI 2, no. 1 (2021): Hlm 31–40.

bertujuan untuk memperbarui data media sosial Instagram yang ada dengan melihat media sosial *Instagram* pada komunitas *virtual* (*online*).



2.2.Kerangka Konsep

2.2.1. Media Baru

Perbaharuan media yaitu bentuk komunikasi media baru. Ketika proses saling komunikasi dan adanya timbal balik antar manusia yang dilakukan lewat perantara jaringan koneksi internet. Ini berbeda dari interaksi interpersonal langsung, yang membutuhkan kedekatan fisik antara sarana komunikasi. Jarak antara komunikator dan komunikan dapat diselesaikan dengan bantuan media baru. Pesan yang disampaikan melalui sarana komunikasi dapat ditindaklanjuti dengan cepat dan juga merangkul jangkauan yang cukup luas mengingat media komunikasi baru yang dapat mendobrak sekat-sekat komunikasi interpersonal yang mengharuskan kita bertemu terlebih dahulu.

Media baru sendiri sering disebut sebagai media digital. Media yang didalamnya meliputi gabungan data-data, teks, suara dan berbagai jenis visual indah yang dapat disimpan dalam bentuk digital dan didistribusikan melalui kabel, cakram optik, satelit, dan jaringan berbasis gelombang mikro. Berbeda dengan perantara media sebelumnya, lahirnya internet juga dilatarbelakangi oleh kemajuan interaksi manusia yang semakin padat.

Media sosial atau yang disebut jejaring sosial digunakan oleh beberapa kelompok untuk memfasilitasi pengiriman pesan dan pendistribusian informasi. Dengan cara memanfaatkan media sosial itu sendiri, pesan itu sendiri hingga tersampaikan dengan tepat dan akan diterima oleh banyak media. Hal yang sama

berlaku untuk media, tetapi media sosial juga memiliki kelebihan, seperti biaya yang lebih murah.

2.2.2. Instagram Sebagai Media Sosial

Instagram dapat dengan mudah disampaikan sebagai aplikasi seluler berbasis sistem *iOS*, *Android*, dan *Windows Phone*. Pengguna dapat mengambil banyak foto atau video, mengeditnya, dan mengunggahnya pada lembar utama media sosial *Instagram* dan jejaring sosial lainnya. Program ini secara resmi dirilis pada 6 Oktober 2010 dan dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dari sebuah *startup* bernama *Burbn, Inc.* Pada tahun 2010, tepatnya pada 9 April 2012, raja jejaring sosial, *Facebook*, membeli *Instagram* seharga satu miliar\$.

Media sosial *Instagram* menjadikan masyarakat di era sekarang ini mereka dapat menunjukkan bahwa identitas seseorang dapat dilihat pada akun sosial instagramnya. Seringkali pengguna di *Instagram* diminta untuk membersihkan umpan dari akun media sosial *Instagram* mereka. Daripada itu, untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, akun media sosial *Instagram* ini didapati sebagai akun penggemar, akun yang memberikan informasi barang atau jasa, akun bagi penjualan, dll. Fungsi-fungsi yang ditawarkan oleh *Instagram* adalah terpublikasi dalam *timeline* atau biasa disebut *stream*, *story*, *direct message*, dst.

Karena media sosial *Instagram* memiliki banyak fitur yang memanjakan mata, Pengguna dengan mudah menggunakan aplikasi *Instagram* ini untuk memenuhi semua kebutuhannya, tidak ketinggalan hiburan, saran untuk menemukan inovasi dan informasi produk, serta untuk membeli barang dan menjual. dan produk online. Pertumbuhan media baru (adanya jejaring sosial) dapat

ditunjukkan oleh kehadiran komunitas *virtual* atau pembentukan dunia maya (komunitas maya/*cyber*).

Keberadaan teknologi mendorong khalayak agar lebih inisiatif untuk menggunakan jaringan teknologi internet saat ini. Media sosial khususnya *Instagram* yaitu, tempat yang sangat cocok untuk bisnis yang memberi keuntungan, transparansi di media sosial mendorong persaingan yang sehat dan adil. Di media sosial, masyarakat perlu kreatif dan inovatif dalam mengkomunikasikan informasi terkait produk yang dipasarkan agar dapat membedakan diri. Dengan adanya media sosial, *Instagram* memiliki pengaruh yang besar seluruh aspek bidang yang ada. Seperti olahraga, *travel*, *fashion*, fotografi dan industri otomotif. Pada saat yang sama, komunikasi dapat bersifat verbal dan non-verbal, referensi berikut:⁵

1. Verbal

Jenis komunikasi ini menggunakan lafal dan suara yang digunakan telinga bagi pendengarnya, misalnya bahasa daerah, bahasa Indonesia, bahasa gaul dan bahasa gaul. Penggunaan lisan bahasa yang tepat sangat cocok bagi dunia periklanan, contohnya: menyapa remaja, yang secara alami mereka dapat berekspresi sesuai yang diterima oleh mereka.⁶

2. Nonverbal

Kode nonverbal sering disebut bahasa isyarat atau *silent language*. Kode sebagai isyarat nonverbal yang dipergunakan dalam komunikasi telah jauh menarik

⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Hlm. 112.

⁶ Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. (Yogyakarta: Andi Yogyakarta: 2007.)

perhatian para ahli, terutama antropolog, ahli bahasa, bahkan profesional medis. Komunikasi nonverbal ini juga mencakup komunikasi bahasa tubuh dan komunikasi perilaku, komunikasi visual, komunikasi melalui teknologi.⁷

Media sosial *Instagram* adalah situs *web* yang menawarkan berbagai video, film pendek, dan berbagai video ringan. Dan salah satunya, Komunitas Bidan Membantu membuat konten yang bermanfaat, yang kemudian mendorong generasi muda untuk berpartisipasi dan juga bisa mengikuti perkembangan Komunitas Bidan Bantu melalui media sosial Instagram.⁸

Sistem pertautan teman di media sosial Instagram juga menggunakan sebutan *follow* dan *followers*. Yang artinya kita dapat ikut sebagai pengguna sedangkan pengikut berarti pengguna lain mengikuti kita. Dan kemudian setiap pengguna dapat membagikan pengalamannya melalui foto atau video, berinteraksi dengan berkomentar dan menyukai hal-hal umum.⁹

Suatu konten dapat dikatakan aktif, apabila konten itu punya aktivitas yang beragam. Dan ketika suatu akun media sosial belum mempunyai interaksi, maka ada hal yang perlu menjadi perhatian dalam akun itu. Media sosial mempunyai 2 faktor yang dapat dipengaruhi data akurasi dalam konten yaitu, jumlah *followers* dan jumlah interaksi. Karena sejatinya interaksi ini yang mempengaruhi nilai akurasi data dan kepercayaan publik.

⁷ *Ibid*, Hlm. 6.

⁸ Brogan Chris, *Social Media: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Willey & Sons, 2010: Hlm 101.

⁹ Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook. Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita. Jakarta

Konten dapat dikatakan bagus ketika konten tersebut memiliki fungsi yang berbeda. Dan ketika tidak ada keterlibatan di akun media sosial, ada sesuatu tentang akun tersebut yang perlu diperhatikan. Di media sosial, ada dua faktor yang dapat mempengaruhi nilai *engagement* , yaitu jumlah *followers* dan jumlah interaksi. Karena interaksi ini sangat mempengaruhi nilai *engagement* dan kepercayaan dari *audience*.

Pastinya tiap postingan Instagram @Bidanmembantu.id pasti berkeinginan mendapatkan tanggapan dari setiap *followers* di media sosial Instagramnya. Penonton bisa bereaksi dalam bentuk respon pada laman postingan yang mereka suka, meninggalkan jejak seperti *like*, *comment* atau bahkan *share* postingan tersebut. Tingkat keterlibatan Instagram memudahkan komunitas kebidanan untuk mengukur tingkat data representasi komunikasi interaktif dalam konten yang disebarluaskan. Sejumlah fitur yang dapat digunakan di Instagram, yaitu:¹⁰

- a. *Gallery*, laman beranda untuk memposting gambar di situs *web Instagram*, pengguna bisa memposting foto diri mereka sendiri. Selain foto, pengguna juga bisa meng-*upload* video.
- b. *Direct*, fitur ini membuat pengguna dapat memposting foto secara pribadi ke akun pilihan mereka. Dengan digital fitur ini, foto atau video yang dibagikan hanya dapat disaksikan pada akun yang ditunjuk pengguna.

¹⁰ Betari Kiranasari, —*Faktor-faktor yang Menentukan Online Seller Memilih Situs Jejaring Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop* (Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2014), Hlm 34–35.

- c. *Search*, adalah fitur untuk pencarian tagar maupun akun.
- d. *Instagram Stories*, fitur ini diumumkan pada Agustus 2016. Pengguna bisa memilih dan mengirim banyak foto atau video sebagai rangkuman dalam satu waktu. Gambar dan video ini juga bisa ditambahkan grafis emoji dan teks sesuai keinginan. Hanya membutuhkan waktu 24 jam untuk mengunggah, setelah waktu tersebut, pengikut lain tidak dapat melihat cerita yang diunggah.
- e. *Instagram Live Stories*, fitur ini diluncurkan pada November 2016. Digital fitur ini mirip dengan fitur *live streaming* di Facebook. Dengan fitur seluler baru ini, Anda dapat dengan mudah menyiarkan semua aktivitas saat itu juga dari menu *stories*.
- f. *IGTV* , dirilis pada Juni 2018. Fitur ini menjadikan pengguna terhubung untuk berbagi foto dan video detik itu juga dan mudah. Yang menggunakan tidak perlu repot mengikuti *influencer* favoritnya di IGTV karena aplikasi ini terhubung dengan informasi seputar akun media sosial Instagram termasuk *followers*.
- g. *Close Friends*, dirilis pada Desember 2018. Fitur ini memungkinkan pengguna memilih daftar teman dekat yang bisa melihat *story* yang diunggah.
- h. *Reels*, dirilis pada Juni 2021. Ini adalah fitur yang baru untuk merekam video singkat seperti *TikTok*. Saat pengguna mengklik ikon *Reels*, mereka

menemukan konten video pendek yang dibuat oleh pengguna lain. Tampilannya juga mirip dengan "*For Your Page*" (FYP) milik Tiktok.

i. *Music Stories*, dirilis pada Juni 2021 di Indonesia. Adalah fitur untuk menambahkan musik pada *stories*.¹¹

Ada beberapa aktivitas yang bisa kita lakukan di media sosial Instagram, yaitu:

- a. *Follow*: Tidak mungkin sendirian saat bermain media sosial Instagram, jadi mengikuti pengguna media sosial Instagram membuat kita dapat bertaut dengan pengguna lain. Yang dianggap menarik untuk kita ikuti.
- b. *Like*: Jika pengguna suka dengan gambar yang ada, diharap tidak ragu untuk menyukainya. Dengan klik tombol *like* di bagian bawah *caption* di samping kolom komentar. Kemudian ketuk dua kali gambar yang diinginkan (ketuk layar dua kali secara perlahan).
- c. *Comment*: Seperti *like*, komentar adalah bagian dari obrolan atau umpan balik, tetapi bersifat pribadi. Karena komentar memungkinkan pengguna menuangkan pemikiran mereka ke dalam kata-kata. Pengguna media sosial *Instagram* memiliki hak untuk mengomentari gambar, baik itu saran, pujian, atau kritik.
- d. *Mentions*: fitur ini juga dapat memanggil atau menandakan pengguna lain. Caranya bisa dengan menambahkan tanda arroba

¹¹ Nofi Permatasari, —*Motif Eksistensi melalui Penggunaan Hashtag (#OOTD) di Media Sosial Instagram*, Promedia 3, no. 2 (2017.): hlm:262.

(@) dan masukkan nama pengguna media sosial *Instagram* dari pengguna lain.

- e. *Message*: Fitur ini membantu pemilik media sosial untuk mengirimkan pesan secara *private* melalui media sosial Instagram berupa foto, video dan pesan lainnya yang dikirim oleh pengguna media sosial *Instagram*.

2.2.3. Pengertian Komunitas

Komunitas berasal dari bahasa Latin yang berarti “setara” dan kemudian berkembang dari kata *communis* yang berarti “setara, umum, umum bagi banyak orang”. Komunitas dapat terdiri dari beberapa kelompok sosial dan beberapa organisasi dengan lingkungan yang berbeda tetapi minat dan kebiasaan yang sama. Bidan Penolong adalah Komunitas yang berbagi dan telah membentuk minat dan kebiasaan yang sama. Pengertian Komunitas adalah pengenalan dan interaksi sosial, yang sebenarnya didirikan menurut indikator kebutuhan fungsi atau jabatan yang berbeda¹²

Komunitas terbagi menjadi dua bagian yaitu Komunitas *offline* dan komunitas *online*. Komunitas *online* adalah Komunitas yang disatukan oleh kesamaan pekerjaan, kesamaan hobi, kesamaan faktor kegemaran lainnya. Sebuah

¹² A.P Sumarno. 1989. *Dimensi- Dimensi Komunikasi Politik*, Bandung: Citra Aditya Bakti, Hlm 45.

Komunitas tidak dibuat tanpa tujuan. Ini bisa menjadi tujuan jangka pendek, menengah atau panjang.¹³

Menurut Kertajaya Hermawan, sekelompok orang yang saling menjaga satu sama lain, memiliki hubungan pribadi yang erat antara anggota komunitas karena kesamaan kepentingan atau nilai..¹⁴

A. Faktor Terbentuknya Komunitas

Suatu Komunitas bisa terbentuk oleh 3 faktor, antara lain:

1. Komunikasi dan kemauan anggota untuk saling berbagi membantu sesama.
2. Titik temu yang disepakati.
3. Perilaku dan kebiasaan masyarakat yang dilakukan secara terus menerus, teratur dan berkala.

Vania menrangkum, jika Komunitas memiliki beberapa aturan yang otonom yakni:

- a. Saling berbagi, saling bantu, dan berbagi satu sama lain di lingkup Komunitas.
- b. Komunikasi: reaksi timbal balik dan kontak hubungan masing-masing dengan semua anggota.
- c. Kejujuran: Berbohong sangat dilarang. Jika anggota berbohong sekali, anggota lain pasti akan menolak.

¹³ Zuhri, —*Penggunaan Media Sosial Dalam Membangun Komunitas Bisnis Tangan Di Atas (TDA) Even Organi Zer Di Surabaya*,|| Jurnal Dinamika Governance FISIP UPN “Veteran” Jatim 7, no. 2 (2017.) Hlm 171.

¹⁴ Kertajaya Hermawan. *Arti Komunitas* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama: 2008), hlm 40.

- d. Transparansi: untuk berkomunikasi secara terbuka satu sama lain tentang segala hal, terutama untuk kebaikan masyarakat. Pantang menyembunyikan apa pun.
- e. Partisipasi: semua anggota harus ikut serta dengan antusias, terutama dalam acara-acara yang diselenggarakan bersama Komunitas¹⁵

B. Struktur Komunitas

Karakteristik dari sebuah komunitas adalah seperti berikut:

1. Kualitatif, seperti struktur, rupa kehidupan, timbal balik, dan kekuatan, yang menghadirkan atau mengukur kemampuan suatu organisme untuk tumbuh dan bereproduksi..
2. Kuantitatif, yang seperti ukuran jumlah kehadiran menciptakan jumlah kehadiran suatu perkumpulan yang ada di dalam suatu habitat. *Densitas* (kepadatan) dinyatakan dengan luas atau volume, perusahaan atau penangkapan.
3. Sintetis adalah perjalanan merubah arah yang lambat, teratur, dan sistematis di masyarakat pasti sedang *trend* dan dapat diprediksi. Pemantauan yang terlaksana akibat dari perubahan kawasan tubuh masyarakat dan membutuhkan tempo. Sukses, menurut konsep terbaru, adalah penggantian spesies pionir dengan *spesies* yang lebih stabil yang benar-benar cocok dengan lingkungannya..¹⁶

¹⁵ <http://.vaninadelobelle.com>, *Corporate Community Management* by Vania Delobelle, PhD, May 2008. Diakses pada 3 april 2022, pukul 08.20.

¹⁶ Irwan, Djamal Zoer' Aini. 2003. *Prinsip-Prinsip Ekologi dan Organisasi Ekologi Komunitas dan Lingkungan*, Jakarta: Bumi Aksara. Hlm: 56.

C. Eksistensi Komunitas

Eksistensi adalah suatu proses yang menggebu, suatu “menjadi” atau “mengada”. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere*, yang artinya keluar dari, “mengungguli” atau “menyisihkan”. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau luwes dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada usaha dalam mewujudkan kemampuannya.¹⁷

Saat memproses konsep eksistensi komunitas, ada empat faktor keberhasilan komunitas :¹⁸

- a. Kesanggupan mengenali urusan perkara dan urgensi masyarakat untuk mengoptimalkan posisi komunitas agar maksud terselesaikan, anggota komunitas harus lebih berkreasi agar dapat membangkitkan sumber daya manusianya dan mampu mengenali urusan perkara dan urgensi masyarakat. Sesuai kepemimpinan mereka, yang dikategorikan dengan berbagi keterampilan dan pola pikir masing-masing manajer di komunitas.
- b. Memastikan tujuan dapat diperoleh dan urutan kebutuhan, Menggunakan media sosial *Instagram*. pengelola Komunitas memiliki rencana kerja sendiri yang ditujukan agar mewujudkan tujuan Komunitas, khususnya meningkatkan eksistensi. Melewati

¹⁷ Zainal Abidin, *Analisis Eksistensial* (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), Hlm 16.

¹⁸ Ambar Teguh Sulistiyani, *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan* (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2004), Hlm 82.

peran media sosial *Instagram*, pengelola komunitas juga mengunggah kegiatannya sebagai wujud kesuksesan Komunitas dan dapat terlihat dalam acara Komunitas dan partisipasi bagian kelompok secara keseluruhan.

- c. Kekuatan untuk mendapatkan cara dan sarana untuk mencapai tujuan dan menyepakatinya. Adanya kesepakatan antar pengurus tentang hasil yang didiskusikan di forum diskusi Komunitas, yang kemudian akan di proses menjadi program yang terkoordinir dengan baik.

2.2.4. Pengertian Edukasi

a. Pengertian Edukasi

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edukasi adalah cara mengubah perilaku juga perbuatan individu atau sekelompok orang yang berupaya mematangkan hidup khalayak melalui usaha pengajaran dan pelatihan. Edukasi atau pendidikan adalah memberikan pengetahuan dan kesanggupan insan melalui pembelajaran, sehingga seseorang atau kelompok orang yang mendapat pendidikan bisa terdidik, dari yang tidak mengerti menjadi mengerti, dari yang tidak mahir mengatasi kesehatan sendiri menjadi mahir mengobati.¹⁹

¹⁹ Dianita Fitriani, *Pengaruh Edukasi Sebaya Terhadap Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (PHBS) Pada Agregat Anak Usia Sekolah yang Beresiko Kecacangan Di Desa Baru Kecamatan Mangga Belitung Timur*, Universitas Indonesia. Juli 2011. Diakses pada tanggal 5 Oktober, 2022. Pukul 06.54 WIB [Jhttp://lib.ui.ac.id](http://lib.ui.ac.id).

Menurut WHO (2008) Pendidikan kesehatan adalah proses peningkatan dan perbaikan manajemen kesehatan sendiri dan masyarakat dengan memberi mereka kesadaran akan perilaku dan gaya hidup yang mempengaruhi kesehatan.

Gerakan Edukasi adalah suatu upaya proses dimana individu, kelompok dan masyarakat dapat memupuk, membangkitkan dan merawat kesehatannya dengan memperluas wawasan, keinginan dan keterampilan yang dapat dilaksanakan oleh masyarakat sesuai dengan faktor budaya setempat. konsep praktik pendidikan kesehatan, yang intinya adalah urusan atau upaya untuk membagikan pesan kesehatan kepada khalayak, kelompok atau individu. Dengan bantuan pesan ini, berharap untuk informasi kesehatan yang lebih baik.²⁰

b. Tujuan Edukasi

Di dapati tiga tujuan utama dalam pemberian Edukasi Kesehatan agar seseorang itu mampu untuk:

1. Mengesahkan masalah dan kebutuhan yang di inginkan.
2. Mengetahui apa yang harus dilakukan ketika mengalami masalah kesehatan dan gunakan sumber daya yang tersedia.
3. Menarik keputusan yang paling tepat untuk dapat membangkitkan Kesehatan.

c. Sasaran Edukasi

Sasaran Edukasi ada tiga sasaran, yaitu:

²⁰ Ibid. Hlm 29

- 1). Edukasi individu yaitu Edukasi yang diberikan dengan sasaran individu.
- 2). Edukasi pada kelompok yaitu, Edukasi yang diberikan itu dengan sasaran kelompok.
- 3). Edukasi masyarakat yaitu Edukasi yang diberikan dengan sasaran masyarakat.²¹

d. Metode Edukasi

Bahwasannya terdapat beberapa pendekatan yang dapat mewujudkan sasaran dalam Edukasi, diantaranya:

- 1). Metode berdasarkan pendekatan perorangan

Metode ini bersifat personal dan lazimnya dipakai untuk dapat membangun pola kebaruan karakter dan mendorong insan yang gemar pada kebaruan karakter atau inovasi. Penggunaan kedekatan individu ini berdasar pada realitas bahwa setiap orang mempunyai beban atau landasan yang tidak sama bagi mengadopsi perilaku baru, ada pendekatan yaitu bimbingan dan konseling dan wawancara.

- 2). Metode berdasarkan pendekatan kelompok

Peembelajaran yang berkaitan dengan sasaran secara kelompok. Dalam menyampaikan edukasi dengan kiat ini kita perlu memikirkan banyaknya sasaran kelompok juga pendidikan formal dari sasaran. Berkaitan dengan kiat dan

²¹ Ibid. Hlm 10.

banyaknya peserta, Edukasi terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu: kelompok besar dan kelompok kecil.²² Dan kiat yang baik di dalam kelompok ini adalah webinar dan materi yang akan dibagikan melalui postingan di *feed*, *story*, juga *video reels* Instagram. Seminar adalah suatu kelompok yang dibuat untuk bisa Bersama- sama mendiskusikan suatu perkara yang ingin di selesaikan dan diketuai oleh seorang yang ahli dibidangnya secara *online* atau *virtual*.

Kelompok kecil adalah suatu kiat di dalam Edukasi Kesehatan dengan total kandidat tidak lebih dari 15 orang, di dalam kelompok kecil ada macam kiat yang dapat dilangsungkan seperti, musyawarah kelompok, bermain peran, dan permainan simulasi. Musyawarah kelompok adalah satu kiat di kelompok kecil yang seluruh anggota kelompok bisa ikut serta dalam menyuarakan sudut pandangnya. Dalam diskusi ini didapati seorang ketua yang ikut bertanggung jawab memimpin serta mengatur jalannya sebuah diskusi. Sehingga tidak ada peserta yang dominan dalam kelompok tersebut dalam menyampaikan pendapat..

Bermain peran adalah satu kiat yang dapat dipakai oleh anggota kelompok dengan mempertunjukkan interaksi dalam menjalankan tanggung jawab. Permainan simulasi ini adalah suatu metode yang menggabungkan antara metode diskusi kelompok dan bermain peran. Dalam simulasi ini anggota kelompok dibagi menjadi dua, Sebagian menjadi pemain dan sebagian lagi menjadi narasumber.²³

²² Ibid. Hlm 13.

3). Metode berdasarkan pendekatan massa

Pendekatan masalah sangat pas bagi komunikasi pesan kesehatan kepada masyarakat umum atau kepada masyarakat melalui media sosial. Sasaran tidak menyisihkan kelompok usia, jenis kelamin, pekerjaan, status sosial ekonomi, tingkat pendidikan, dll. Agar semua pesan dapat diberitahu, pesan tersebut perlu di proses dengan cara yang memungkinkan komunitas mencapai tujuannya²⁴.

f. Faktor yang mempengaruhi pemberian edukasi

Beberapa faktor cukup harus dicermati agar pemberian edukasi dapat mencapai sasaran:

a. Tingkat pendidikan

Wawasan dapat merubah sikap bagaimana seseorang memandang informasi baru yang mereka terima. Dengan demikian bisa disebutkan ketika semakin jauh tingkat wawasan seseorang, maka semakin mudah seseorang menerima informasi yang diterima.

b. Tingkat sosial ekonomi

Semakin tinggi tingkat sosial seseorang, semakin mudah untuk menemukan informasi baru.

c. Adat istiadat

²⁴ Rima Gontini, *Penerapan Metode Bermain Peran (Role Playing) Untuk Mengembangkan Kecerdasan Intrapersonal Dan Interpersonal Anak di TK Pratama Kids Sukabumi Bandar Lampung*. Universitas Negeri Lampung, 2019 Hlm 14. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2022, Pukul 07.05 WIB <http://repository.radenintan.ac.id>.

Seluruh warga Indonesia menghormati dan beranggapan sopan santun adalah sebuah hal yang jangan sampai diabaikan.

d. Kepercayaan masyarakat

Masyarakat lebih menelisik berita yang dikirimkan oleh seseorang terdekat atau yang sudah dikenalnya, karena telah ada rasa

percaya penuh terhadap penyampaian berita.

e. Kesiapan waktu di masyarakat

Tempo pendistribusian berita harus mencermati kadar aktivitas masyarakat untuk mengukur kadar presensi masyarakat saat penyuluhan²⁵

2.2.5.Pemanfaatan

a. Pengertian Pemanfaatan

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pemanfaatan adalah julukan dari kata “Manfaat” yang memiliki imbuhan pe dan -an yang artinya proses, cara, perbuatan memanfaatkan²⁶.

Pemanfaatan adalah seluruh kesibukan yang memerlukan tahap dan rujukan belajar. Dengan maksud kata manfaat adalah oleh Dennis Mc Quail dan Sven Windahl, mendefinisikan bahwa manfaat merupakan harapan yang berarti sama

²⁵ Ibid, Hlm 18.

²⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III* (Jakarta: Balai Pustaka, 2015) Hlm. 710.

dengan *explore* (penghadapan semata-mata yang menunjukkan suatu kegiatan menerima).

Dennis juga mengemukakan bahwa terdapat dua hal yang mendorong adanya suatu pemanfaatan, yaitu:

1. Adanya pendapat tentang efek media massa.
2. Adanya keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa.²⁷

Berkaitan dengan permasalahan penelitian ini terkait dengan pemanfaatan atau penggunaan media dalam hal ini menggunakan media instagram untuk mendapatkan informasi atau belajar tentang edukasi atau penyuluhan kesehatan masyarakat.

a. **Tujuan Pemanfaatan**

Dalam pemanfaatan terdiri dari beberapa macam hal yang menjadi pengaruh dari tujuan pengguna, Menurut Handoko, dari segi pengguna pemanfaatan bahan Pustaka di perpustakaan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

1. Faktor *internal* yang meliputi;
 - a. Kebutuhan, yang dimaksud kebutuhan adalah keperluan akan berita atau wawasan informasi.

²⁷ Definisi -Pengertian.com adalah berbagai referensi “Definisi Pengertian Pemanfaatan” , artikel diakses pada Tanggal 25 Juli 2022 Pukul 19.11 WIB <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-pemanfaatan.html>.

- b. Motif, merupakan salah satu yang melingkupi semua pencetus, argumentasi atau dorongan yang mengharuskan ia berbuat sesuatu.
- c. Minat, yaitu tendensi hati yang tinggi kepada sesuatu.

2. Faktor *external* yang meliputi:

- a. Kelengkapan koleksi, banyaknya koleksi yang dimanfaatkan informasinya oleh pemustaka.
- b. Keterampilan pustakawan dalam melayani pengguna, yaitu keterampilan pustakawan dalam melayani pemustaka yang dilihat dari kesepakatan pustakawan dalam memberikan layanan²⁸.

2.2.6. Pengertian Sosialisasi

Menurut Maclever sosialisasi adalah proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan untuk memungkinkan berpartisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial (2013:175), Adapun manfaat adanya sosialisasi dalam masyarakat terbagi menjadi dua tahap, Bagi individu, sosialisasi berfungsi sebagai pedoman dalam belajar mengenal dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya, baik nilai, norma, dan struktur sosial yang ada pada masyarakat di lingkungan tersebut. Bagi masyarakat, sosialisasi berfungsi sebagai alat untuk melestarikan, penyebaran, dan mewariskan nilai, norma, serta kepercayaan yang ada pada masyarakat. pembelajaran yang dilakukan individu dalam mengenal lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun sosial. Sedangkan

²⁸ Ibid, Hlm 15.

pengertian sosialisasi dalam arti luas adalah suatu proses interaksi dan pembelajaran yang dilakukan seseorang sejak ia lahir hingga akhir hayatnya di dalam suatu budaya masyarakat. Melalui proses sosialisasi maka seseorang dapat memahami dan menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing-masing sesuai budaya masyarakat. Dengan kata lain, individu mempelajari dan mengembangkan pola-pola perilaku sosial dalam proses pendewasaan diri. Dengan begitu, nilai, norma, dan kepercayaan tersebut dapat dijaga oleh semua anggota masyarakat. Ada beberapa tahapan dalam sosialisasi dalam masyarakat meliputi :

a. **Sosialisasi primer** Sosialisasi primer merupakan proses sosialisasi yang pertama kali dilakukan oleh individu sejak masih anak-anak. Ini merupakan awal bagi semua anggota masyarakat dalam memasuki keanggotaan mereka pada suatu kelompok masyarakat. Sosialisasi primer ini dimulai dari keluarga, dimana individu mulai belajar membedakan dirinya dengan orang lain di sekitarnya. Pada tahap ini anggota keluarga punya peranan penting bagi masing-masing individu. Di sinilah pertamakali seseorang mendapatkan pelajaran mengenai budaya keluarga, baik itu agama, aturan, dan lain-lain.

b. **Sosialisasi Sekunder** Sosialisasi sekunder merupakan pelajaran berikutnya yang dilakukan oleh individu. Pada tahap ini seseorang belajar mengenali lingkungannya di luar keluarga, baik itu nilai-nilai, norma, yang ada di lingkungan masyarakat. Proses sosialisasi sekunder ini bertujuan agar individu dapat menerima nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku. Pada

umumnya, sosialisasi sekunder ini menjadi penentu sikap seseorang karena telah beradaptasi dengan berbagai lingkungan masyarakat.²⁹

2.2.7 Pengertian Ibu

Pengertian keluarga berarti *nuclear family* yaitu yang terdiri dari ayah, ibu dan anak. Ayah dan ibu dalam melaksanakan tanggung jawab sebagai orang tua dan mampu memenuhi tugas sebagai pendidik. Oleh sebab itu keluarga mempunyai peranan yang besar dalam mempengaruhi kehidupan seorang anak, terutama pada tahap awal maupun tahap-tahap kritisnya, dan yang paling berperan sebagai pendidik anak-anaknya adalah ibu. Peran seorang ibu dalam keluarga terutama anak adalah mendidik dan menjaga anak-anaknya dari usia bayi hingga dewasa, karena anak tidak jauh dari pengamatan orang tua terutama ibunya.

Peranan Ibu Peranan ibu terhadap anak adalah sebagai pembimbing kehidupan di dunia ini. Ibu sangat berperan dalam kehidupan buah hatinya di saat anaknya masih bayi hingga dewasa, bahkan sampai anak yang sudah dilepas tanggung jawabnya atau menikah dengan orang lain seorang ibu tetap berperan dalam kehidupan. Berikut beberapa peranan ibu :

1. Pemberi aman dan sumber kasih sayang.
2. Tempat mencurahkan isi hati.
3. Pengatur kehidupan rumah tangga.
4. Pembimbing kehidupan rumah tangga.

²⁹ Robert MZ Lawang (2013:107)

5. Pendidik segi emosional.

6. Penyimpan tradisi.³⁰

Ibu mempunyai peranan dalam proses sosialisasi demikian pentingnya peranan ibu maka disebutkan bahwa kondisi yang menyebabkan peran keluarga dalam proses sosialisasi anak adalah sebagai berikut :

1. Ibu merupakan kelompok terkecil yang anggotanya berinteraksi to face secara tetap, dalam kelompok demikian perkembangan anak dapat diikuti dengan sesama oleh orang tuanya dan penyesuaian secara pribadi dalam hubungan sosial lebih mudah terjadi.
2. Ibu mempunyai motivasi yang kuat untuk mendidik anak karena anak merupakan cinta kasih hubungan suami istri. Motivasi yang kuat melahirkan hubungan emosional antara orangtua dan anak.
3. Karena hubungan sosial dalam keluarga itu bersifat relatif tetap maka ibu memainkan peranan sangat penting terhadap proses pertumbuhan anak-anaknya.

Sebagaimana telah diuraikan diatas bahwa keluarga pada hakekatnya merupakan wadah pembentukan masing-masing anggotanya, terutama anak-anak yang masih berada dalam bimbingan tanggung jawab ibunya. Dasar pemikiran dan pertimbangannya adalah sebagai berikut :

³⁰ Bambang, 1996, Hlm: 9

a. Ibu adalah tempat perkembangan awal seorang anak, sejak saat kelahirannya sampai proses perkembangan jasmani dan rohani berikutnya. Bagi seorang anak, keluarga memiliki arti dan fungsi yang vital bagi kelangsungan hidup maupun dalam menemukan makna dan tujuan hidupnya.

b. Untuk mencapai perkembangannya seorang anak membutuhkan kasih sayang, perhatian dan rasa aman untuk berlindung dari ibunya.

c. Seorang ibu merupakan dunia keakraban seorang anak. Sebab dalam pelukan ibu dia mengalami pertama-tama mengalami hubungan dengan manusia dan memperoleh kasih sayang dari dunia sekelilingnya. Pengalaman hubungan dengan keluarga semakin diperkuat dalam proses pertumbuhan sehingga melalui pengalaman makin mengakrabkan seorang anak dengan lingkungan keluarga. Keluarga menjadi dunia dalam batin anak dan keluarga bukan menjadi suatu realitas diluar seorang anak akan tetapi menjadi bagian kehidupan pribadinya sendiri. Anak akan menemukan arti dan fungsinya.³¹

2.2.8 Pengertian Anak

Anak adalah sebagian dari keluarga yang dilahirkan hasil dari buah cinta ayah dan ibu. Seorang anak tidak akan jauh dari pengasuhan ibu, oleh sebab itu seorang anak memiliki peranan atau tanggung jawab sebagai mestinya anak dalam

³¹ Zulkifli L, 2009, Hlm: 18

keluarga. Bagi seorang anak, keluarga memiliki arti dan fungsi yang besar bagi kelangsungan hidup maupun dalam menemukan makna dan tujuan hidupnya. Karena peranan ibu dalam pembentukan Kepribadian anak sangatlah penting untuk menanggulangi dampak-dampak anak sebelum dewasa.

2.3. Landasan Teori

2.3.1. Teori Stimulus dan Respons

. Pada dasarnya merupakan prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience. Elemen-elemen utama teori ini menurut McQuail (1996): a. Pesan (stimulus) b. Seorang penerima atau receiver c. Efek (respons) Dalam masyarakat massa, prinsip S- R mengansumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dalam skala yang luas. Sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima

Oleh sejumlah besar individu, bukan ditujukan kepada orang per orang. Kemudian sejumlah besar individu itu akan merespons informasi itu. Menurut Merton, pendekatan teoritis yang dapat mencakup gambaran diatas adalah sebuah teori sosiologi yang menjelaskan pelbagai kegiatan yang melembaga (institutionalized) dalam kaitannya dengan “kebutuhan” masyarakat (Merton, R.K., 1957). Kebutuhan yang dimaksud bila dihubungkan dengan institusi media, terutama berkenaan dengan kesinambungan, ketertiban, integrasi, motivasi, pengarahan, dan adaptasi. Masyarakat dilihat sebagai sebuah system yang terdiri

atas berbagai bagian yang saling berkaitan atau subsistem. Setiap subsistem tersebut memiliki peran yang berarti, diantara sekian banyak subsistem tersebut adalah media.

Jika kata “fungsi” digunakan dalam komunikasi massa , maka istilah “fungsi informasi” sedikitnya dapat dikaitkan dengan tiga makna; media berupaya untuk memberikan informasi (tujuan), orang mengetahui sesuatu dari media (konsekwensi), media diharapkan dapat memberi informasi (persyaratan/ keharusan/ harapan).

Fungsi media yang disepakati memerlukan definisi masyarakat yang disepakati pula, karena suatu kegiatan media tertentu (missal hiburan massa), bias saja dinilai positif oleh suatu teori social, tetapi bias negative oleh teori social yang lain. Masalah perulangan kegiatan, yang dalam hal ini tentu saja menyangkut sikap konservatif fungsionalisme. Landasan asumsi teori fungsional adalah setiap kegiatan melembaga yang dilakukan secara berulang-ulang memiliki tujuan jangka panjang dan memberikan manfaat bagi ketertiban masyarakat. (Merton, R.K., 1957)

Ada beberapa alasan yang menunjang penggunaan pendekatan fungsionalis (terlepas dari beberapa maslaha yang disinggung diatas) untuk beberapa tujuan tertentu :

1. Pendekatan fungsionalis menyajikan kerangka berfikir untuk membahas hubungan antara media massa dengan masyarakat dan seperangkat konsep yang sulit diganti. Kerangka berfikir tersebut penting, karena banyak dianut

oleh pelbagai kalangan komunikator massa, badan masyarakat, khalayak media, dan ahli ilmu pengetahuan social.

2. Pendekatan ini (sedikitnya) dapat membantu dalam memahami kegiatan utama media dalam kaitannya dengan beberapa aspek struktur dan prosesi social.

3. Pendekatan ini menciptakan jembatan antara pengamatan empiris tentang institusi media dengan teori normative yang membahas peran yang seharusnya dibawakan oleh media. Perhitungan mengenai makna budaya dari sebuah media perlu ditunda lebih dulu sebelum dicermati secara umum pada penyesuaian khalayaknya.³²

Pandangan yang menilai fungsi media sebagai tujuan atau motif tampaknya paling kuat alasannya dan menghindarkan berbagai masalah yang telah disinggung diatas. Pandangan seperti ini sedikitnya memiliki dua komponen besar, yakni; kegiatan media khusus (“tugas” media) yang dapat disebutkan secara obyektif, dan pernyataan tujuan, nilai, kegunaan, atau sasaran yang diberikan oleh satu atau beberapa pemakai. Jadi, apa yang menurut anggota khalayak diterima dari media merupakan bagian dari “teori akal sehat”, dan apa yang dianggap oleh pekerja media sebagai tujuan mereka merupakan bagian dari “teori praktis”, sedangkan ahli sosiolog atau ahli pengetahuan social berupaya menjelaskan apa yang diharapkan dan diterima oleh masyarakat dari kegiatan media.

³² Dedy Mulyana & Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 2006, Hlm 12.

Masyarakat modern ditandai dengan semakin tingginya waktu untuk bertukar informasi, baik dengan media komunikasi maupun dengan pemakaian teknologi komunikasi seperti telepon dan komputer. Media komunikasi, dalam hal ini media massa, memiliki fungsi-fungsi bagi masyarakat. McQuail mengemukakan fungsi-fungsi media massa, yakni;

a. Pemberi informasi, Media massa memungkinkan seseorang untuk mendapatkan informasi tentang suatu peristiwa ataupun lainnya. Informasi merupakan sesuatu yang sangat menunjang perkembangan diri baik secara fisik ataupun intelektual. Fungsi keempat media massa menurut McQuail adalah sebagai hiburan.

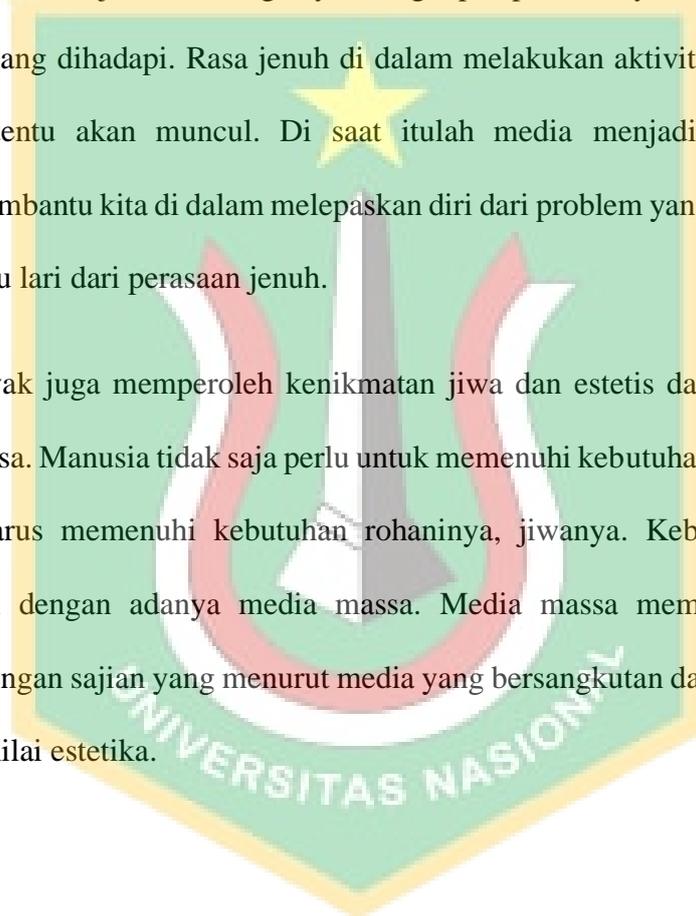
b. Pemberi identitas pribadi, Media merupakan sarana untuk meningkatkan pemahaman mengenai diri sendiri. Untuk melihat serta menilai siapa, apa dan bagaimana diri kita, pada umumnya dibutuhkan pihak lain. Kita harus meminjam kacamata orang lain. Media dapat dijadikan sebagai salah satu kacamata yang dipergunakan untuk melihat siapa, apa serta bagaimana diri kita sesungguhnya.

c. Sarana intergrasi dan interaksi social, Bersosialisasi dengan orang lain di saat kita tidak berusaha untuk mengadakan komunikasi dengan orang tersebut merupakan hal yang sulit. Di lain pihak, akan sulit bagi kita untuk berkomunikasi dengan orang lain apabila kita tidak mengetahui topik apa yang bisa digunakan untuk membangun komunikasi dengan orang tersebut. Media membantu kita dengan memberikan berbagai pilhan topik yang bisa

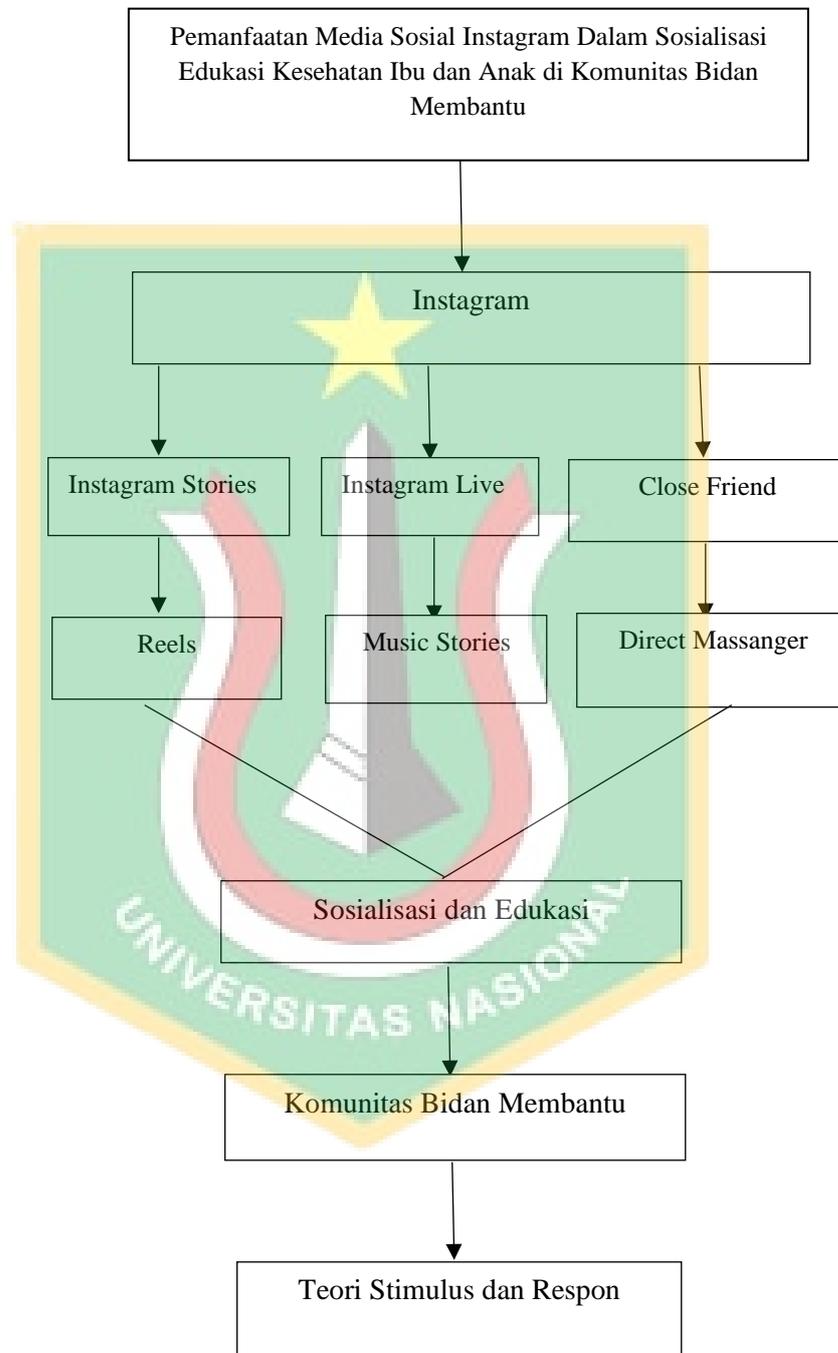
digunakan dalam membangun dialog dengan orang lain. Hal ini pada gilirannya menjadikan media massa sebagai sarana integrasi dan interaksi sosial berfungsi untuk penyedia bahan percakapan dalam interaksi sosial.

d. Sarana hiburan (Denis McQuail, 2000). Berkaitan dengan itu media massa menjalankan fungsinya sebagai pelepas khalayak dari masalah yang sedang dihadapi. Rasa jenuh di dalam melakukan aktivitas rutin pada saat tertentu akan muncul. Di saat itulah media menjadi alternatif untuk membantu kita di dalam melepaskan diri dari problem yang sedang dihadapi atau lari dari perasaan jenuh.

Khalayak juga memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis dari mengkonsumsi media massa. Manusia tidak saja perlu untuk memenuhi kebutuhan fisiknya, namun ia juga harus memenuhi kebutuhan rohaninya, jiwanya. Kebutuhan ini dapat terpuaskan dengan adanya media massa. Media massa memenuhi kebutuhan tersebut dengan sajian yang menurut media yang bersangkutan dapat dinikmati dan memiliki nilai estetika.



2.4. Kerangka Pemikiran



Bagan.2.4. kerangka konsep

