

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

II.1 Penelitian Terdahulu

Dipenulisan sebelumnya, ini bisa dibuat sebagai landasan penulis pada saat melaksanakan penulisan sehingga penulis memperoleh banyak referensi teori yang bisa penulis gunakan sehingga penulis bisa mengkaji dengan baik penulisan yang sedang dilakukan. Dipenulisan terdahulu terdapat perbedaan yang digunakan sebagai pedoman untuk bahan teori dan kajian. Berikut adalah kajian penulisan sebelumnya yang berbentuk jurnal sehubungan dengan penulisan yang dijalankan oleh penulis.

No.	Nama Penulis / Instansi / Tahun	Judul Penulisan	Teori Yang Digunakan	Metode Penulisan	Kesimpulan
1.	Reinhart Abedneju Sondakh, Endang Erawan, Sarwo Edy Wibowo / Universitas Mulawarman / 2019	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Akun @geprekexpress Dalam Mempromosikan Restoran Geprek Express	New Media, Uses and Gratifications	Metode Pendekatan Kualitatif	Berdasarkan hasil penulisan dan pembahasan yang telah diteliti, Instagram @geprekexpress memiliki potensi untuk digunakan sebagai media promosi karena memiliki fitur-fitur yang memenuhi enam elemen dari 7C Framework, yaitu context, content, community, connection, dan commerce. Context berperan dalam menarik minat, tetapi content merupakan penentu respon target sasaran. Community menyebarkan pesan secara luas dan personal, communication menjalin interaksi antara pemasar dengan target sasaran, connection memberi kemudahan akses informasi dalam sekali klik melalui

					<p>tautan dan hashtag, sedangkan commerce mendorong terjadinya pembelian . Kekuatan utama Instagram terletak pada content, community, dan connection. Satu-satunya aspek yang tidak terpenuhi adalah customization, dimana aspek ini tidak berperan. Faktor pendukung pemanfaatan media sosial Instagram pada akun @geprekexpress dalam mempromosikan restoran Geprek Express adalah Instagram sebagai salah satu aplikasi gratis dan populer yang dapat diunduh siapa saja, kemudahan penggunaan fitur yang diberikan Instagram, mudah dan cepat dalam penyebaran informasi, dan sasaran pelanggan lebih luas. Faktor penghambat pemanfaatan media sosial Instagram pada akun @geprekexpress dalam mempromosikan restoran Geprek Express adalah tidak semua followers memberikan like dan komentar pada setiap unggahan akun @geprekexpress dan penyebaran feedback atau komentar yang negatif dari pengguna Instagram lainnya tidak dapat dicegah secara cepat.</p>
2.	Putut Suharsono, Ayu Muntiah / Universitas Diponegoro 2020	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi	Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities and Threats)	Metode Kualitatif Deskriptif	Tidak bisa lepasnya masyarakat era digital dari internet membuat perpustakaan mau tidak mau mengikuti perkembangan guna memenuhi keinginan

					<p>penggunanya. Demi dapat terus terhubung dengan penggunanya, kini banyak perpustakaan yang telah terjun menggunakan media sosial. Salah satunya adalah perpustakaan perguruan tinggi yang kini marak membuat akun media sosial Instagram. Instagram sendiri merupakan salah satu media sosial yang populer dikalangan muda. Dari hasil data yang diperoleh Perpustakaan Universitas Gajah Mada menjadi perpustakaan paling aktif dari segi jumlah kiriman dibanding di perpustakaan lainnya. Frekuensi kiriman Perpustakaan Universitas Gajah Mada adalah 16 hingga 17 kiriman dalam sebulan. Perpustakaan dalam Instagram umumnya mengirim konten mengenai kegiatan atau event, ucapan hari besar, serta informasi terkait perpustakaan hingga pengetahuan umum yang berguna bagi pembaca. Perpustakaan dengan antusiasme pengguna terbanyak ada pada Perpustakaan UI, hal ini dapat dilihat dari pengguna yang selalu bertanya pada kiriman dan memberikan likes. Namun, pertanyaan yang dilontarkan sama yaitu bertanya mengenai jam buka perpustakaan. Pada Perpustakaan ITB frekuensi masih jarang</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>dan jauh tertinggal dari perpustakaan UI dan UGM. Jika dilihat dari keseluruhan perpustakaan, pemanfaatan media sosial masih dirasa kurang maksimal karena pihak perpustakaan maupun pengguna yang masih pasif. Hal ini terlihat dari kiriman konten serta interaksi pada kiriman. Dilihat dari analisis SWOT yang telah dilakukan, penggunaan Instagram pada perpustakaan perguruan tinggi juga masih harus ditingkatkan lagi keefektifitasannya terutama dalam pengelolaan jadwal serta jenis konten kiriman.</p>
3.	Ernie Mardiany Dj / Universitas Islam Syekh Yusuf Tanggerang / 2020	Analisis Pengaruh Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertamina Dan Strategi Pengadaan Stok Terhadap Pendapatan Perusahaan Di SPBU PT Ma'Soem Bandung	Metode survey kausal, analisis regresi korelasional	Penulisan Kuantitatif	<p>Berdasarkan hasil penulisan di lapangan dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh harga BBM Pertamina dan strategi pengadaan stok terhadap pendapatan perusahaan di SPBU PT. Ma'soem Bandung, maka dapat disimpulkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh yang kuat positif dan signifikan antara variabel harga BBM Pertamina (X1) terhadap variabel pendapatan perusahaan (Y). Dengan tingkat korelasi yang cukup, dan kontribusi yang diberikan variabel harga BBM Pertamina terhadap pendapatan perusahaan sebesar 18,79 %. Dari hasil analisis regresi menunjukkan bahwa $Y =$</p>

					<p>53,2557 + 0,1849X, dimana hubungan kedua variabel tersebut searah dan setiap perubahan pada variabel harga BBM Pertamina baik itu perubahan harga naik maupun perubahan harga turun akan mempengaruhi terhadap pendapatan perusahaan di SPBU PT. Al Ma'soem Bandung; (2) Terdapat pengaruh yang kuat positif dan signifikan antara variable strategi pengadaan stok (X2) terhadap variabel pendapatan perusahaan (Y). Dengan tingkat korelasi yang kuat, dan kontribusi sebesar 38,25 % yang diberikan oleh variabel strategi pengadaan stok terhadap variable pendapatan perusahaan. Dari hasil analisis regresi menunjukkan bahwa $Y = 28,3617 + 0,6236X$ dimana hubungan kedua variabel tersebut searah dan perubahan pada variabel strategi pengadaan stok akan mempengaruhi terhadap variabel pendapatan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi sebagai pedoman diperlukan dalam pengadaan atau pembelian BBM Pertamina untuk menjaga kelancaran operasi perusahaan dalam memenuhi permintaan konsumen, yang pada akhirnya akan mempengaruhi penerimaan perusahaan. (3) Terdapat</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>pengaruh yang kuat positif dan signifikan secara simultan antara variabel harga BBM Pertamina (X1) dan strategi pengadaan stok (X2) terhadap pendapatan perusahaan (Y) dan memiliki pengaruh yang searah dengan tingkat korelasi yang kuat. Hubungan ketiga variabel tersebut dapat digambarkan oleh persamaan regresi berganda $Y = 25,4761 + 0,1190X1 + 0,5429X2$ yang artinya harga BBM Pertamina dan strategi pengadaan stok secara simultan mempunyai hubungan yang positif dengan pendapatan perusahaan. Perubahan harga BBM Pertamina baik itu harga naik ataupun harga turun akan mempengaruhi terhadap penerimaan pendapatan perusahaan, dan dengan adanya strategi sebagai pedoman untuk mendapatkan persediaan (stok) BBM Pertamina memegang peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan konsumen akan bahan bakar, dan pada akhirnya akan mempengaruhi terhadap pendapatan perusahaan.</p>
4.	Dewi Yuliani, Saryono Saryono, Dini Apriani, Maghfiroh, Mauli Ro / STKIP Kusuma	Dampak Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Terhadap Sembilan	Metode Studi Kasus	Kualitatif Deskriptif	<p>Kenaikan BBM ini bukan merupakan kali pertama dalam sejarah. Pada tahun 1998 terjadi krisis moneter yang luar biasa, dampak yang terjadi pun sangat terasa ketika saat itu ekonomi</p>

	Negara Jakarta / 2022	Bahan Pokok (Sembako) di Kecamatan Tambun Selatan Dalam Masa Pandemi			<p>dunia terpukul dan terjadi inflasi dari banyak sektor. Di tahun 2021 pun harga minyak dunia mengalami kenaikan yang luar biasa hal ini diakibatkan oleh beberapa faktor yaitu harga minyak yang tidak stabil, permintaan yang menurun, konflik negara produsen minyak dan Pandemi. Dimana efek dari pandemi ini sangat terasa sekali oleh perusahaan. Bahan baku produksi naik karena adanya penerapan lockdown di banyak negara. Hal ini mengakibatkan banyaknya PHK yang dilakukan oleh perusahaan. Kebijakan menaikkan harga BBM di tengah pandemi sebetulnya sangat berdampak ke masyarakat., karena kenaikan BBM membuat komoditas lainnya juga merangkak naik. Sedangkan ekonomi rakyat sedang mengalami krisis. Solusi pemerintah pun membuat subsidi silang tidak dirasakan rakyat karena tidak tepat sasaran...</p>
5.	Neng Dewi Kurnia, Riche Cynthia Johan, Gema Rullyana / Universitas Pendidikan Indonesia / 2018	Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan Itenas	Metode proportionate stratified random sampling	kuantitatif dengan metode deskriptif korelasional	Terdapat hubungan antara pemanfaatan media sosial instagram dengan kemampuan literasi media. Hal ini dapat dilihat dari pemanfaatan media sosial instagram yang berada dalam kategori sangat baik dan memiliki hasil yang signifikan dengan

					nilai koefisien korelasi yang kuat. Kemampuan literasi media pemustaka juga meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam memanfaatkan media sosial Instagram diperlukan kemampuan literasi media.
--	--	--	--	--	---

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

II.2 Tinjauan Pustaka

II.2.1. Landasan Teori

II.2.1.1 Teori New Media

Teori New Media merupakan teori yang dicetuskan oleh Mark Poster pada tahun 1990 dalam buku *New Media Teori dan Aplikasi* yang mengemukakan media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media.

Teori media baru sebenarnya adalah sebuah konsep untuk memahami teknologi dan sains, dimana teori ini berkembang dari waktu ke waktu. Teori ini membuat semua pekerjaan manusia yang dulu dilakukan dengan tangan kini dilakukan secara otomatis, dan segala sesuatu yang sebelumnya rumit kini menjadi ringkas.

Digitalisasi itu sendiri mudah beradaptasi. Ini menjadikannya komponen fundamental dari keberadaan manusia. Karena hipotesis digitalisasi itu sendiri selalu terhubung dengan media baru, dan media yang sebenarnya adalah sesuatu yang terus-menerus diciptakan. Media baru itu sendiri adalah media lain yang muncul dari kolaborasi antar manusia dan inovasi.

Menurut Roger Fidler, media baru atau *new media* adalah perubahan dari media lama, berubah dan beradaptasi melalui serangkaian proses yang disebut media morphosis. Media baru atau new media sering disinggung sebagai perubahan media konvensional menjadi media online atau media daring (*online media*) yang tidak sulit dilacak dan serba bisa ramai. yang

tidak dapat dicapai dengan media tradisional. Data publik menggunakan teknologi internet untuk mengakses informasi dari mana saja, kapan saja secara gratis.¹

Peneliti yang mengembangkan teori media baru yaitu Pierre Levy membahas 2 pandangan asumsi yaitu sebagai berikut:²

1. Interaksi Sosial

Dalam interaksi sosial, media baru dianggap lebih interaktif dalam menyebarkan informasinya dan memiliki banyak peluang interaksi kepada khalayak luas. Media baru memiliki informasi yang terbuka dan memiliki fleksibilitas dalam penggunaannya.

2. Integerasi Sosial

Integerasi sosial adalah sebuah ritual untuk memberikan rasa saling memiliki mengenai bagaimana cara manusia dalam menggunakan media yang bukan dalam bentuk informasi, interaksi atau penyebarannya.

II.2.1.1 Pemanfaatan Media Sosial

Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang berfokus pada keberadaan pengguna dan memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi mereka. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media online (perantara) yang mempererat hubungan user-to-user dan ikatan sosial (Nasrullah, 2015:11).³

Media sosial berbasis web 2.0 adalah elemen online yang dapat membuat organisasi dan mengizinkan individu untuk bekerja sama di dalam area lokal. Pada dasarnya, organisasi antarpribadi memungkinkan kita untuk mengambil bagian dalam berbagai aktivitas terkait

¹ Sihabudin Ahmad, 'Mediamorfosis Pers Di Era Digital', *PROFSIHAB.COM* <<https://www.profsihab.com/2019/10/mediamorfosis-pe-rs-di-era-digital-1.html>>. (diakses pada 10 Oktober 2022)

² <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2012-2-0086-MC%20Bab2001.pdf> (diakses pada 10 Oktober 2022)

³ Nasrullah Rulli, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositeknologi* (Simbiosis Rekatama Media, 2015).

dalam berbagai jenis berbagi, bekerja sama, dan mengenal satu sama lain dalam struktur media yang tersusun dan umum.⁴

Manfaat media sosial bagi instansi pemerintah antara lain meningkatkan efisiensi administrasi, memulihkan kepercayaan masyarakat yang hilang, mengelola perubahan zaman dan sebagai sarana komunikasi saat keadaan darurat dan bencana alam.⁵

Media sosial yang ada saat ini bisa dikategorikan dalam beberapa platform dilihat dari jenis konten dan kegunaannya.⁶

a. *Social Networking*

Media sosial semacam ini biasanya digunakan untuk korespondensi santai dan pribadi, biasanya sepenuhnya ditujukan untuk membangun organisasi individu atau organisasi kelas pascasarjana atau organisasi perkumpulan tertentu. Tahap komunikasi informal jarak jauh yang terkenal adalah Facebook.

b. *Microblog*

Twitter dan Tumblr adalah dua dari beberapa tahap microblogging. Platform ini menawarkan fitur berbagi teks yang memungkinkan pengguna untuk menulis posting seperti blog tetapi dengan karakter terbatas.

c. *Berbagi video*

Tahap ini digunakan untuk berbagi rekaman di mana pengguna juga dapat mengunggah rekaman, memberikan video berbasis web dan, yang mengejutkan, fitur berbasis web. Youtube, Vimeo, Dailymotion adalah salah satu dari ketiganya. TikTok juga bisa diingat untuk kategori ini, selain untuk berbagi video, TikTok juga bisa digunakan untuk membuat video yang puas dengan saluran lain.

⁴ Puntodi Danis, *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011).

⁵ I Made Murdwarsa Febriyanta, 'Serba-Serbi Penggunaan Media Sosial Di Instansi Pemerintah', *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*, 2020 <<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jakarta/baca-artikel/13455/Serba-serbi-Penggunaan-Media-Sosial-di-Instansi-Pemerintah.html>>.

⁶ Prajarini Dian, *Media Sosial Instagram - Periklanan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020).

d. Berbagi Jaringan Profesional

Tahap media semacam ini biasanya digunakan untuk berbagi organisasi mahir, posisi aman, pekerjaan sementara, kemampuan, dan masalah lain yang terkait.

Platform paling terkenal dari jenis ini adalah LinkedIn.

e. Berbagi Foto

Tahap ini biasanya digunakan untuk berbagi foto, di mana pengguna dapat membuat perubahan langsung dengan efek atau saluran yang diberikan. Instagram dan Snapchat adalah platform berbagi foto yang terkenal.

f. *Cooking*

Platform ini biasanya digunakan untuk berbagi resep dari para penggunanya. Cookpad dan Yummy App adalah platform semacam itu.

Adapun fungsi media sosial menurut para ahli yakni Jan H.Kietzman, Kritopher Hermkens dan Ian P.McCarthy mendefinisikan fungsi media sosial yakni Conversations, Identity, Sharing, Presence, Relationships, Reputation dan Groups (2011) :⁷

- a. *Conversations* : Menggambarkan kecenderungan pengguna saat berbicara dengan pengguna yang berbeda melalui hiburan berbasis web.
- b. *Identity* : Identitas ini direferensikan untuk memenuhi kepribadian kita di profil pengguna. Yang terdiri dari nama, foto, orientasi dan sebagainya.
- c. *Sharing* : Ini adalah tindakan bertukar pikiran antara pengguna sebagai teks, gambar, atau rekaman.
- d. *Presence* : Gambaran pengguna apakah pengguna dapat memanfaatkan satu sama lain.

⁷<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/29271/BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
(diakses pada 11 Oktober 2022)

- e. *Relationship* : Menggambarkan apakah pengguna dapat berinteraksi atau bekerja sama dengan pengguna yang lain.
- f. *Group* : Pengguna dapat membuat atau membuat jaringan atau pertemuan kecil dengan fondasi dan minat yang serupa

Adapun media aplikasi sosial, seperti:

II.2.1.3 Instagram

Instagram merupakan media populer yang digandrungi oleh remaja hingga dewasa saat ini. Instagram dapat digunakan di ponsel, laptop, dan lainnya. Dengan kata lain, Anda dapat dengan mudah mengakses Instagram di mana saja dan kapan saja. Instagram dapat digunakan untuk berbagi informasi kepada banyak orang dengan mengirimkan postingan berupa gambar atau video.

Pilgrim & Bledsoe menyebutkan bahwa di era teknologi yang canggih sekarang ini media sosial mempunyai kekuatan yang besar untuk dinikmati terutama pada anak muda. Di zaman sekarang juga masyarakat banyak yang menggunakan Instagram sebagai tempat untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

Perkembangan Instagram sangat menarik bagi para penggunanya karena dari awal hanya ada satu menu feed di homepage dengan fungsi seperti, share dan comment serta DM (direct message). Fitur preferensi, penawaran, dan komentar memuaskan pelanggan karena setiap kali mereka mengunggah konten, mereka selalu ingin tahu berapa banyak orang yang telah mengetuk tombol suka dan penawaran, terutama ketika komentar tentang konten yang ditransfer. isi. Seperti kata “suka”, “tawarkan” dan “komentar”, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna.



Gambar II. 1 Postingan Instagram Pertamina

Sumber : <https://instagram.com/pertamina?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Fitur lain dari Instagram adalah *highlight*. Fitur ini sangat berguna apabila kita menginginkan konten dalam story bertahan jangka panjang dan bisa dilihat kembali oleh *followers* kapan pun. Pada fasilitas *highlight*, kita bisa membuat pengelompokan story berdasarkan kategori-kategori yang kita inginkan. Konten-konten tersebut diletakkan dibagian *highlight* agar mudah diakses pengguna karena posisinya langsung terlihat di layar *smartphone* saat pengguna akses Instagram. Selain itu juga supaya tidak mengganggu estetis konten feed dari post Instagram.



Gambar II. 2 Tampilan Highlight Instagram Kementerian BUMN

Sumber : <https://instagram.com/kementerianbumn?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

II.2.1.4 Youtube

YouTuber tidak hanya mengunjungi aplikasi untuk tujuan hiburan, mereka perlu mendidik diri mereka sendiri. Statistik Finlandia menyajikan hasil bahwa sebagian besar pengguna YouTube berusia antara 19 hingga 29 tahun.

YouTube dapat dimanfaatkan sebagai sarana pembelajaran. Platform berbagi video YouTube memudahkan masyarakat umum dan pelajar untuk menemukan dan berbagi data sebagai data yang bermanfaat.

Presentasi dibuat oleh YouTube dalam bentuk video dan musik. Ini bisa menarik perhatian pengguna media sosial.



Gambar II. 3 Youtube Pertamina

Sumber : <https://youtu.be/GCNJTx5Ij3w>

II.2.1.5 Twitter

Twitter merupakan salah satu aplikasi yang sangat terkenal di kalangan individu, khususnya anak muda. Penggunaan Twitter dapat dibagi menjadi berbagai topik berdasarkan kutipan atau konten, mis. B. Dorongan, syair, pembelajaran.

Twitter secara efektif mengambil perhatian orang pada umumnya dan siswa karena berperan dalam pengembangan hiburan virtual, sehingga jelas dapat memengaruhi banyak klien hiburan online. Selain sebagai tempat berkomunikasi dengan banyak orang, Twitter juga banyak digunakan sebagai sarana pembelajaran karena Twitter mudah digunakan. Twitter biasanya memberikan informasi lebih cepat, sehingga banyak orang yang pertama kali membuka Twitter untuk mencari berita trending menggunakan hashtag di kotak pencarian.



Gambar II. 4 Tagar Berita Yang Sedang Trending

Sumber : www.twitter.com/

II.2.1.6 Informatif

Informasi dapat diartikan sebagai informasi. Sebagai reporter berita, tajuk rencana memuat informasi berupa fakta. Pengetahuan adalah pengetahuan yang diperoleh melalui pembelajaran, pengalaman atau pengajaran, tetapi istilah ini memiliki banyak implikasi tergantung pada situasi tertentu.

Semua informasi yang diterima harus akurat, artinya informasi tersebut tidak boleh mengandung kesalahan atau bias atau menyesatkan. Informasi tersebut harus relevan, artinya informasi tersebut bermanfaat bagi pengguna. Perlu dicatat bahwa makna informasi dari satu orang ke orang lain berbeda tergantung dari sudut pandang mana informasi itu diterima.⁸

⁸ Ati Novianti Fatonah, *Mengenal Alat Komunikasi Dan Informasi* (Banten: Kenanga Pustaka Indonesia, 2008).

Sebagai perbandingan pemahaman terhadap informasi berikut ini ada beberapa definisi informasi, diantaranya :

1. Informasi merupakan hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut dapat menjadi informasi.
2. Informasi merupakan data yang telah mengalami pengolahan.
3. Informasi memberikan makna.
4. Informasi merupakan bahan pembuat keputusan.

II.2.1.7 Bahan Bakar Minyak

Minyak mentah yang belum diproses umumnya belum dapat dimanfaatkan. Minyak bumi mentah dapat digunakan idealnya setelah diproses terlebih dahulu di pabrik pengolahan minyak bumi. Minyak mentah akan mengalami proses pemurnian serta perubahan struktur dan komposisinya agar diperoleh produk yang bermanfaat. Terdapat lima proses pengolahan minyak mentah seperti proses distilasi, konversi, pengolahan, formulasi dan lain-lain.⁹

Bensin, merupakan bahan bakar yang sangat dibutuhkan di dunia. Tidak mengherankan jika bensin menjadi fraksi terpenting dari distilasi minyak bumi. Kebutuhan bensin jauh lebih besar dibandingkan dengan kebutuhan bahan bakar lain dari fraksi minyak bumi. Untuk meningkatkan penciptaan gas, hal ini dapat dilakukan dengan mengubah bagian dengan batas yang lebih tinggi menjadi bagian melalui sistem pemutusan, yaitu dengan memutus rantai partikel karbon.¹⁰

II.2.1.8 Subsidi

Makna subsidi pada postingan Instagram @pertamina, tepatnya. menawarkan bantuan sebagai bagian perencanaan keuangan kepada badan usaha yang diklaim negara, organisasi pemerintah, atau pihak luar sehubungan dengan peraturan dan pedoman terkait untuk

⁹ Laksana Puja, *Ensiklopedia Bahan Bakar Minyak* (Semarang: ALPRIN, 2008).

¹⁰ Laksana Puja, *Ensiklopedia Bahan Bakar Minyak* (Semarang: ALPRIN, 2008).

pengaturan barang/administrasi utama. Difokuskan seperti yang ditunjukkan oleh kebutuhan yang dinilai untuk tahun berjalan.

II.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menurut Surisumantri adalah suatu penjelasan terhadap penulisan yang menjadi objek permasalahan penulis.¹¹ Kerangka pemikiran dibuat penulis untuk dijadikan pemikiran dalam penulisan serta mencoba menjelaskan pokok masalah penulisan sebagai berikut:



Pertamina



New Media



¹¹ Sugiyono, *Metode Penulisan Kualitatif* (Bandung: ALFA BETA, 2015).

Manfaat Media Sosial
(Jan H.Kietzman, Kritopher Hermkens dan Ian P.McCharty)

