

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

Penulis melakukan pencarian penelitian sebelumnya dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @depok24jam Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kriminalitas Bagi Followers". Tinjauan pustaka ini mencakup lima literatur yang berguna untuk membantu peneliti menemukan jalan mereka saat melakukan penelitian.

Penelitian sebelumnya membantu memposisikan penelitian baru dan menunjukkan bahwa itu berbeda. Selain itu, penelitian sebelumnya adalah upaya peneliti untuk membandingkan dan menemukan sumber inspirasi baru untuk penelitian yang akan datang.

Tabel berikut memberikan penjelasan tambahan tentang lima literatur penelitian. Lima karya sastra yang telah dipilih oleh penulis terkait dengan topik yang serupa sesuai dan berkorelasi dengan penelitian saat ini. Karya-karya ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dan rujukan untuk mendukung kerangka berpikir penelitian ini. Di bawah ini adalah daftar penelitian literatur yang relevan dengan subjek penelitian penulis:

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Judul dan universitas	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Teori yang digunakan	Hasil Penelitian
1	Helen, Farid Rusdi <sup>9</sup>	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana	Kuatitatif	Penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa, media	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram

<sup>9</sup> Farid Rusdi Helen, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers', *Prologia*, 2.2 (2018), 355–62.

		Followers dari Universitas Tarumanegara Jakarta	penggunaan akun Instagram @jktinfo berdampak pada pemenuhan persyaratan data followers.		baru, penggunaan dan penghargaan, penggunaan media sosial, Instagram, dan kebutuhan informasi.	@jktinfo memengaruhi pemenuhan kebutuhan data follower
2	Nadya Nirmala Putri <sup>10</sup>	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Instagram dan platform media sosial lainnya mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi .	Kuantitatif	Teori yang digunakan, teori used and gratification, dan kebutuhan informasi.	Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @inforayabandung berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers
3	Agnes Pertiwi Sutrisno <sup>11</sup>	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers dari Universitas Telkom Bandung	, Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh penggunaan media sosial Instagram @humasbdg terhadap kebutuhan informasi	Kuantitatif	Teori yang digunakan, teori komunikasi massa, uses and gratification, dan media sosial.	Penggunaan akun Instagram @humasbdg berpengaruh signifikan positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi

<sup>10</sup> Nadya Nirmala Putri, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers', *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2.2 (2022).

<sup>11</sup> Agnes Pertiwi Sutrisno and Ira Dwi dan Mayangsari, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers', *Jurnal Common*, 5.2 (2021).

			pengikut, untuk mengidentifikasi perbedaan antara pengikut laki-laki dan perempuan dalam penggunaan media sosial dan kebutuhan informasi pengikut.			
4	Siska <sup>12</sup>	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Diskominfo_sumsel Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Studi Kasus: Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Selatan) dari Universitas Sriwijaya	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengikut mempengaruhi .	Kuantitatif	Penelitian ini menggunakan teori tentang media sosial baru, penggunaan dan penghargaan, dan kebutuhan informasi. .	Penggunaan akun Instagram @Diskominfo_sumsel memengaruhi pemenuhan kebutuhan data pengikut.
5	Retno Tri Astuti <sup>13</sup>	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Whatsapp Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kerja (Survei Pada Pegawai Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Yogyakarta)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana penggunaan media sosial WhatsApp sebagai cara untuk memenuhi	kuantitatif	Teori perilaku pencarian informasi digunakan.	Penggunaan media sosial WhatsApp meningkatkan kebutuhan informasi kerja

<sup>12</sup> Siska, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @diskominfo\_sumsel Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers' (Universitas Sriwijaya, 2021).

<sup>13</sup> Retno Tri Astuti, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial WhatsApp Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kerja (Survei Pada Pegawai Politeknik Kesehatan Kementerian Kesehatan Yogyakarta)' (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021).

		dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	persyaratan informasi kerja.			
--	--	------------------------------------	------------------------------	--	--	--

Berdasarkan Tabel 2.1, peneliti menyimpulkan ada beberapa perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini, diantaranya yaitu :

1. Topik Penelitian:

- Penelitian ini berfokus pada "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Depok24Jam Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kriminalitas Bagi Followers" di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 di Universitas Nasional.
- Penelitian terdahulu mengeksplorasi pengaruh penggunaan akun media sosial lainnya (seperti @Jktinfo, @Tribunjogja, @humasbdg, @Diskominfo\_sumsel) terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers dari universitas lain.

2. Platform Media Sosial:

- Penelitian ini berfokus pada penggunaan akun Instagram @Depok24Jam, sedangkan penelitian lain mencakup penggunaan Instagram, WhatsApp, dan media sosial lainnya.

3. Tujuan Penelitian:

- Setiap penelitian memiliki tujuan yang berbeda. Misalnya, mereka dapat meneliti tingkat kredibilitas informasi, mengetahui bagaimana followers laki-laki dan perempuan berbeda, atau mengetahui bagaimana penggunaan media sosial memengaruhi kebutuhan informasi kerja.

4. Responden dan Lingkup Penelitian:

- Penelitian ini memfokuskan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 di Universitas Nasional terkait kebutuhan informasi kriminalitas.
- Penelitian lainnya melibatkan followers mahasiswa di Universitas Tarumanegara Jakarta, UMY Yogyakarta, Universitas Telkom Bandung, Universitas Sriwijaya, dan Pegawai Politeknik Kesehatan

Kementerian Kesehatan Yogyakarta terkait berbagai kebutuhan informasi yang berbeda.

5. Teori yang Digunakan:

- Setiap penelitian menggunakan teori yang berbeda dalam pendekatannya, seperti teori komunikasi massa, media baru, teori uses and gratification, dan lain-lain.

## 2.2 Kerangka Teori dan Konsep

### 2.2.1 Teori *Used and Gratification*

Tiga ahli, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, pertama kali menyajikan teori Pemanfaatan dan Kepuasan. Ketiganya menemukan bahwa audiens memiliki keinginan untuk memilih konten yang mereka pilih dari media karena motif psikologis dan sosial, yang menyebabkan fenomena awal munculnya teori uses and gratification.<sup>14</sup> Meskipun audiens mungkin tidak memperhatikan pilihan medium yang digunakan untuk menyampaikan pesan, Teori Penggunaan dan Penghargaan meneliti alasan audiens memilih medium tersebut..<sup>15</sup> Dikarenakan preferensi bergantung pada kebutuhan individual, mengingat tersedia berbagai alternatif media untuk menyampaikan pesan, pendekatan yang digunakan dalam teori ini lebih

---

<sup>14</sup> Hans Karunia H, 'Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification', *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 3.1 (2021).

<sup>15</sup> Marianne Dainton, *Applying Communication Theory for Professional Life*, ed. by 4th Edition (California: SAGE Publication, 2018).

menekankan pada motivasi audiens dalam memilih medium spesifik, dan juga kapan medium tersebut dipilih dan digunakan<sup>16</sup>.

Teori penggunaan dan gratifikasi, menurut Nurudin, membahas bagaimana media digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Individu yang menggunakan media memiliki kapabilitas untuk memilih di antara berbagai jenis media yang akan mereka pilih. Dalam konsep ini, mereka berupaya mencari media yang paling dapat diandalkan untuk memenuhi tuntutan keperluan mereka. salah satunya adalah informasi.<sup>17</sup>

Membaca dari berbagai sumber adalah cara untuk memenuhi kebutuhan informasi. Peran pengguna media sangat penting karena media harus menarik minat penggunanya untuk memilih media sebagai sarana pemenuhan informasi. Pengguna media juga harus kritis dalam menilai informasi yang disajikan oleh media, bukan hanya percaya saja. Media juga harus tetap kredibel di mata pengguna.<sup>18</sup>

Dalam edisi 11 buku *Theory of human communication*, Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, dan John G. Oetzel menyatakan bahwa beberapa asumsi penting dari teori penggunaan dan penghargaan termasuk<sup>19</sup> :

---

<sup>16</sup> Dr Irwansyah Hans Karunia H, Nauvaliana Ashri, 'Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification', *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis*, 3.1 (2021).

<sup>17</sup> Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Massa* (Jakarta: Grasindo, 2016).

<sup>18</sup> Helen, Farid Rusdi 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers', *Prologia*, 2.2 (2018), 355–62.

<sup>19</sup> J. G Littlejohn, S., Foss, K. A., & Oatzel, , K. A., & Oatzel, J. G. (2017). *Theories Of Human `Communication: Eleventh Edition* (United States: Waveland Press, Inc, 2017).

- a. Pengguna media merupakan aktor partisipatif yang memiliki kemampuan untuk memilih dari beragam platform media.
- b. Kebebasan untuk mengarahkan segala sesuatu dengan cara yang disukai dimiliki oleh pengguna media aktif..
- c. Saat ini, media berlomba-lomba untuk menarik perhatian audiens atau pengguna media.
- d. Perilaku dan preferensi pengguna media dipengaruhi oleh faktor sosial dan lingkungan sosial.
- e. Media dan penggunaan media saling mempengaruhi dan berhubungan satu sama lain.

Griffin menyatakan bahwa ada typology, atau kelompok klasifikasi, yang menggambarkan hubungan antara audiens dengan media berdasarkan teori penggunaan dan kepuasan<sup>20</sup> :

1. Mengisi waktu luang dengan kegiatan passing time.
2. Mencari teman atau partner baru melalui companionship.
3. Melarikan diri dari tekanan suatu masalah dengan memiliki waktu sendiri.
4. Mendapatkan sesuatu yang menyenangkan untuk mengalami kenikmatan.
5. Menciptakan hubungan dengan orang lain melalui interaksi sosial.

---

<sup>20</sup> Em Griffin, *A First Look at Communication Theory. 10th Edition* (Boston: McGraw-Hill., 2018).

6. Relaxation adalah tempat untuk merilekskan diri dan menciptakan suasana yang lebih santai.
7. Information digunakan untuk menggali informasi dan menjaga audiens tetap terkini.
8. Kebersemangan mencari sensasi lain yang menyenangkan

Individu secara disengaja menentukan dan memanfaatkan media spesifik untuk memenuhi kebutuhan mereka. Teori ini menyatakan bahwa media memiliki efek terbatas karena para pengguna memiliki kapabilitas untuk memilih dan mengatur penggunaan media tersebut secara sadar, serta mampu memahami dan menjelaskan alasan di balik penggunaan media tersebut. Selain itu, mereka menganggap media sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka.

Dorongan yang mendorong seseorang untuk berperilaku timbul dari kebutuhan manusia yang ingin dipenuhi. Motivasi, dijelaskan sebagai penggerak dari dalam diri seseorang, mendorong mereka untuk melakukan aktivitas tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>21</sup>

Elihu Katz, yang pertama kali menggunakan istilah "uses and gratifications" pada tahun 1959, berpendapat bahwa penelitian tentang media harus berfokus pada apa yang dilakukan khalayak kepada media daripada apa yang media lakukan kepada mereka.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Hadi Hasan, 'MOTIF DAN MOTIVASI', *Diary Hadi*, 2012 <<https://addinalhadi.wordpress.com/2012/11/07/motif-dan-motivasi/>>.

<sup>22</sup> Ambar, 'Landasan Teori Uses and Gratifications Menurut Para Ahli – Asumsi Dan Motifnya', *Perankomunikasi.Com*, 2017 <<https://pakarkomunikasi.com/teori-uses-and-gratifications>>.



Menurut Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael G. Gurevitch, pencipta pendekatan kepuasan dan pemenuhan kebutuhan (uses and gratifications) mencakup <sup>23</sup>:

1. Kebutuhan berasal dari mana.
2. Kebutuhan sosial dan psikologis.
3. Harapan yang muncul karena kebutuhan sosial dan psikologis.
4. Media massa atau sumber lain yang digunakan.
5. Keterlibatan dalam aktivitas lain dapat menyebabkan perbedaan dalam pola terpaan media.
6. Pemenuhan kebutuhan dapat timbul.
7. Dapat timbul akibat-akibat yang tidak direncanakan.

Kemungkinan alasan khalayak menggunakan media adalah karena adanya kondisi sosial-psikologis yang dianggap oleh mereka sebagai tantangan, dan media menjadi sarana bagi khalayak untuk mengatasi tantangan tersebut.

### 2.2.2 Pengaruh

Hugiono dan Poerwantana menyatakan bahwa "pengaruh adalah dorongan atau bujukan dan bersifat membentuk atau merupakan suatu efek", sedangkan Badudu dan Zain menyatakan bahwa "pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, sesuatu yang dapat

---

<sup>23</sup> Gurevitch Katz, E. , Blumer, Jay G., *Utilization of Mass Communication by Individual*, "The Uses of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research" (Beverly Hills-London: Sage Publications, 1974).

membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dan tunduk atau mengikuti karena kuasa atau kekuasaan orang lain.”

Menurut Louis Gottschalk, pengaruh adalah dampak yang tercipta dan membentuk terhadap cara berpikir dan bertindak manusia secara individu maupun kelompok. Dari gagasan ini, dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah respons yang muncul (bisa berupa keadaan atau perbuatan) terhadap perlakuan karena dorongan untuk mengubah atau membentuk suatu keadaan menjadi berbeda.<sup>24</sup>

### 2.2.3 Penggunaan Media Sosial

Penggunaan telah didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sebagai sebuah proses atau cara tindakan dalam memakai sesuatu, atau pun pemakaian.<sup>25</sup> "Penggunaan" berarti memanfaatkan atau mengoperasikan sesuatu, seperti barang atau alat. Ardianto menyatakan dalam buku Komunikasi Massa bahwa kita dapat mengetahui tingkat penggunaan media dengan melihat frekuensi dan lamanya penggunaan media tersebut.<sup>26</sup> Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee, terdapat tiga metode yang dapat digunakan untuk mengukur penggunaan media oleh seseorang, yaitu:

- a. Frekuensi, intensitas, dan durasi dalam mengakses situs berhubungan dengan jumlah waktu yang digunakan;

---

<sup>24</sup> J.S dan Zain Babadu, 'Kamus Umum Bahasa Indonesia' (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), p. 131.

<sup>25</sup> Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka (Jakarta, 2002).

<sup>26</sup> Ardianto Elvinaro, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004).

- b. Memilih media dan cara yang tepat menjadi isi media untuk memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
- c. Dalam penelitian ini, hubungan media dengan individu adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial.<sup>27</sup>.

Beberapa situs jejaring sosial yang tengah populer pada masa kini mencakup Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia. Jejaring sosial merupakan ragam media daring yang mengizinkan individu untuk berinteraksi dan berkomunikasi secara interaktif melalui teknologi web. Media sosial, menurut Van Dijk, merupakan platform media yang memberi penekanan pada keberadaan pengguna dan memungkinkan mereka untuk berkolaborasi dan berpartisipasi dalam aktivitas. Lebih lanjut, media sosial dapat dianggap sebagai fasilitator daring yang membangun hubungan sosial dan memperkuat ikatan antar pengguna.<sup>28</sup>.

Berdasarkan definisi di atas, Kesimpulan yang dapat diperoleh adalah bahwa pemanfaatan jejaring sosial merupakan sebuah proses atau kegiatan yang dilakukan oleh individu melalui sarana daring yang memungkinkan untuk berkreasi, berbagi konsepsi, berdiskusi, menyebarkan informasi, serta mengidentifikasi teman-teman baru.

---

<sup>27</sup> Thea Rahmani, 'Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel' (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016).

<sup>28</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017).

Penggunaan media sosial ini dapat dilakukan melalui smartphone atau ponsel pintar.

#### 2.2.4 New Media

Salah satu fenomena paling nyata yang dialami oleh manusia di Bumi adalah munculnya dan berkembangnya media baru. Ciri-ciri ini berkembang tanpa batas waktu dan ruang, melibatkan berbagai masyarakat dalam kehidupan media, dan berdampak langsung pada kehidupan modern secara sosiologis dan psikologis individu.


Media baru, adalah jenis media yang beroperasi melalui internet, didukung oleh teknologi, fleksibel, memiliki peluang interaktif, dan memiliki kemampuan untuk berinteraksi secara pribadi atau secara umum.<sup>29</sup> Media lama, seperti televisi, film, majalah, dan buku, tidak mengalami obsolesensi sepenuhnya; namun, mereka mengalami transformasi dan adaptasi menghadapi kemunculan media-media baru.

Menurut Flew, new media berfokus pada isi media yang digabungkan dengan data digital, termasuk gambar, teks, suara, dan lainnya. sistem penyalurannya melalui jaringan yang dikenal sebagai internet. Karena mereka digital, media baru memudahkan komunikasi dan pertukaran informasi. Ini membuatnya lebih mudah untuk

---

<sup>29</sup> McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011).

mengatasi batas-batas antara media lainnya dan antara komunikasi pribadi dan publik. Dalam hal integritas media dan interaksi sosial, media baru dan lama sangat berbeda. Media lama cenderung kurang interaktif dan lebih berkonsentrasi pada penyebaran informasi daripada menciptakan interaksi, seperti radio dan televisi<sup>30</sup>.



Tidak mungkin ada media baru tanpa kemajuan teknologi dan komunikasi. Rogers menguraikan tiga karakteristik utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru: interaksi, demassifikasi, dan asynchronous.<sup>31</sup> Interaktivitas adalah kemampuan media komunikasi baru—biasanya komputer sebagai komponen sistem—untuk memberikan respons dan komentar kepada penggunanya, sebanding dengan seorang individu yang terlibat dalam diskusi. Dengan kata lain, media baru memungkinkan komunikasi yang lebih interaktif daripada komunikasi tatap muka, yang memungkinkan penggunanya berkomunikasi secara lebih tepat, efektif, dan memuaskan.

Tidak massal atau de-massal adalah ciri lain teknologi komunikasi baru. Dengan kata lain, de-massifikasi berarti bahwa kontrol atau pengaturan sistem komunikasi massa biasanya berpindah

---

<sup>30</sup> 'Teori New Media Menurut Para Ahli Dan Contohnya', *Universitas Jurnalistik*, 2020 <<https://www.universitasjurnalistik.com/2020/11/teori-new-media-menurut-para-ahli-dan.html>>.

<sup>31</sup> Turnomo Raharjo, *Isu-Isu Teoritis Media Sosial*, Dalam Juna (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011).

dari produsen ke konsumen media. Artinya, suatu pesan tertentu dapat ditukar secara individual di antara banyak partisipan.

Asynchronous, sifat ketiga, berarti bahwa dalam teknologi komunikasi baru, setiap peserta dapat mengirimkan dan menerima pesan pada waktu yang diinginkan.<sup>32</sup>

Ada lima kategori utama media baru menurut McQuail, yang memiliki kesamaan saluran tertentu dan dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks sebagai berikut:<sup>33</sup> :

1. Media komunikasi antar pribadi (interpersonal communication media) adalah sarana yang dipergunakan untuk berkomunikasi secara langsung antara dua orang atau lebih, seperti telepon dan email. Media ini umumnya digunakan untuk urusan pekerjaan, namun juga dapat dimanfaatkan untuk berkomunikasi secara pribadi.
2. Media permainan interaktif (interactive play media) adalah jenis media yang memungkinkan pengguna untuk bermain dengan komputer atau video game secara interaktif, serta menggunakan alat-alat yang menciptakan pengalaman realitas virtual.
3. Media pencarian informasi, yang juga dikenal sebagai media penelusuran informasi, berfungsi untuk mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber, terutama melalui

---

<sup>32</sup> Turnomo Raharjo.

<sup>33</sup> D McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011).

Internet/WWW. Ini adalah media informasi terbesar, paling mutakhir, dan paling mudah diakses yang pernah ada.

4. Media partisipasi kolektif: Media ini digunakan untuk membangun hubungan pribadi yang aktif dengan orang lain melalui Internet dan untuk berbagi dan menukar informasi, gagasan, dan pengalaman dengan orang lain secara kolektif. Termasuk dalam kategori ini adalah media sosial.

5. Mengganti media penyiaran Menerima atau mengunduh konten sebelumnya biasanya dikirim atau didistribusikan dengan cara lain. Media ini berfungsi sebagai pengganti media penyiaran konvensional.

### **2.2.5 Media Sosial**

Media mutakhir saat ini telah menciptakan beragam produk multimedia digital, salah satunya adalah platform sosial. Masyarakat kita saat ini telah berevolusi dari masyarakat global menjadi masyarakat informasi. Fenomena ini disebabkan oleh permintaan yang semakin tinggi akan informasi, yang menjadi kebutuhan mendesak yang harus dipenuhi. Jika tidak, Anda akan dicap sebagai "kudet (kurang uptodate)" dalam bahasa gaul milenial.

Alat ukur penelitian ini adalah teori New Media, atau media baru, karena platform media sosial menjadi media baru. Media sosial seperti Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, dan Flickr telah

mengubah cara orang berkomunikasi sejak lama. modern, terutama melalui internet. Proses komunikasi manusia mengalami perubahan. Jika sebelumnya komunikasi hanya dapat dilakukan secara pribadi, dalam kelompok, atau secara massa, sekarang komunikasi dapat dilakukan secara luas. Perubahan ini akan menghasilkan konsekuensi.<sup>34</sup> Seperti yang terjadi pada tingkat individu, organisasi, dan kelembagaan.

Platform media sosial atau situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram berfungsi sebagai wadah untuk menyajikan beragam konten, seperti profil, aktivitas, dan pandangan pengguna, serta sebagai sarana komunikasi dan interaksi dalam lingkungan jejaring sosial secara daring<sup>35</sup>.

Sosial media telah mempengaruhi penggunanya secara bertahap, tetapi pasti. Mereka secara tak disengaja telah menetapkan agenda media, yang akhirnya diakui oleh pengguna sebagai agenda publik. Semua sistem kehidupan ini telah dipermudah dan dipercepat oleh kekuatan internet, yang memiliki akses internet yang luas dan tak terbatas.

Saat ini, fenomena banyak gerakan sosial di masyarakat dimulai melalui platform media sosial. Masalah-masalah yang muncul menjadi

---

<sup>34</sup> Febrianto Saptodewo, 'Produksi Pesan Sosial Melalui Meme Pada Media Sosial', *Jurnal Magenta*, 2 (2018).

<sup>35</sup> Ilham Akbar, 'Supremasi Netizen Di Media Sosial', *Radar Jogja*, 2019 <<https://radarjogja.jawapos.com/opini/2019/07/04/supremasi-netizen-di-media-sosial/>>.



topik pembicaraan dan perdebatan yang merajalela. Tanpa kita sadari, media sosial mempengaruhi kita untuk ikut terlibat secara tidak langsung, sehingga kita sering terlalu terpaku pada hal-hal yang sebenarnya tidak relevan dengan kehidupan kita. Hal ini mencerminkan kekuatan besar media dalam mempromosikan penggunaannya.

Dengan teknologi yang terus berkembang, zaman telah menjadi lebih canggih, memungkinkan hal apapun terjadi. Sekarang, segala hal yang pada awalnya tidak mungkin dapat menjadi nyata. Adanya teknologi telah menunjukkan bahwa itu semakin membuat hidup kita lebih mudah.

Konsep Del Barrio dalam Yanica dikaitkan dengan intensitas penggunaan media sosial<sup>36</sup>:

- a. Perhatian : Followers lebih tertarik pada aktivitas yang mereka sukai daripada aktivitas yang tidak mereka sukai karena mereka menikmati mengakses akun Instagramnya, berinteraksi dengan orang lain, dan menggunakan fitur yang tersedia di Instagram.
- b. Penghayatan: upaya yang dikerahkan oleh penganut untuk memahami, menyerap, dan menikmati informasi atau pesan secara menyeluruh saat mengakses dan dijadikan sebagai pengalaman

---

<sup>36</sup> Laila, Yanica Nur. (2014). "Korelasi Antara Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri dengan Intensitas Menggunakan Jejaring Sosial pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 15 Yogyakarta". Skripsi. FIP, Psikologi Pendidikan dan Bimbingan, Universitas Negeri Yogyakarta.

untuk memperoleh pengetahuan guna memenuhi keperluan informasi.

c. Durasi : Jumlah waktu yang dihabiskan untuk mengikuti akun Instagram.

d. Frekuensi : Setiap saat, jumlah penggunaan, frekuensi, dan pengulangan followers di akun Instagram dapat dipantau.

Dalam penelitian ini, peneliti memasukkan media sosial Instagram sebagai landasan teori, yang bertujuan untuk menjadi fondasi atau dasar dalam menyelidiki penggunaan media sosial.

### 2.2.6 Instagram

Ada enam kategori besar di mana Anda dapat melihat pembagian media sosial, termasuk <sup>37</sup>:

- a. Media jejaring sosial (Social networking)
- b. Media jejaring sosial (Social networking)
- c. Jurnal online (Blog)
- d. Jurnal online sederhana atau mikroblog (microblogging)
- e. Media berbagi (Media sharing)
- f. Penanda sosial (Social bookmarking)
- g. Media konten bersama (Wiki).

---

<sup>37</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).

Jejaring sosial adalah yang paling populer dari keenam media tersebut. Situs jejaring sosial memungkinkan pengguna membina jaringan persahabatan baru berdasarkan kesamaan minat, latar belakang sekolah atau universitas, dan bidang atau pekerjaan. Instagram, salah satu jenis platform sosial networking, menonjol dengan fitur aplikasi foto dan video. Dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram pertama kali dirilis pada Oktober 2010.

Instagram adalah aplikasi yang sering digunakan oleh pengguna untuk membagikan foto dan gambar kepada kawan-kawan mereka. Foto-foto yang disimpan di sana dapat menjadi kenangan yang dapat diingat kembali.<sup>38</sup> Instagram memiliki fitur berikut, yaitu <sup>39</sup> :

1. Instagram Live Video
2. Instagram TV/IGTV
3. Instagram Stories
4. Instagram Feeds
5. Instagram Reels
6. Instagram Ads
7. Instagram Analytics

---

<sup>38</sup> Muhammad Farih Fanani, 'Instagram Adalah Media Sosial Berbasis Foto Dan Video, Pahami Fungsi Dan Fiturnya', 2022 <<https://www.merdeka.com/sumut/instagram-adalah-media-sosial-berbasis-foto-dan-video-simak-penjasannya-kln.html>>.

<sup>39</sup> 'Fitur Instagram Terbaru 2023', *Koding Akademi*, 2023 <<https://www.kodingakademi.id/fitur-instagram-terbaru-2023/>> [accessed 23 July 2023].

Dengan saling memberi komentar dan memberi "like" pada postingan gambar yang mereka upload, pengguna media sosial mengharapkan respons dari temannya. Kami akan mencoba pendekatan baru untuk berkomunikasi melalui jejaring sosial di Instagram, yaitu mengikuti (yang berarti mengikuti) dan "like" (mengklik dua kali pada foto yang diunggah oleh akun). Hal ini membuat orang lebih suka mengabadikan dan memotret momen dan berbagi informasi melalui akun pribadi mereka.

### 2.2.7 Jurnalisme Online

Jurnalisme online, menurut Richard Craig, adalah proses penyampaian pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio, dan video serta memungkinkan orang untuk membaca kembali berita yang telah lalu.<sup>40</sup> Dengan menyediakan berbagai jenis konten, masyarakat membantu membuat berita di internet. Dalam studi online journalism, ada dua cara untuk memahami konsep multimedia, menurut Mark Deuze, yaitu<sup>41</sup>:

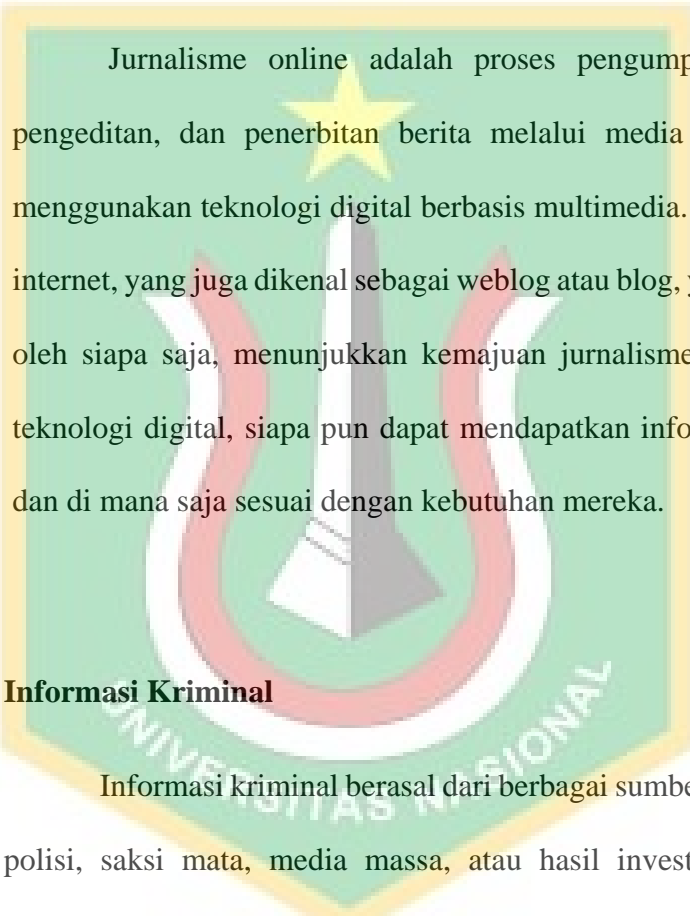
- a. Menggunakan dua atau lebih jenis media untuk menyampaikan berita.
- b. Berita yang dikemas melalui berbagai media (misalnya, koran, website, radio, televisi, dll.)

---

<sup>40</sup> Craig Richard, *Online Journalism; Reporting, Writing and Editing for New Media* (USA: Thomson Wadsworth, 2005).

<sup>41</sup> Mark Deuze, *What Is Multimedia Journalism?. Jurnal*. (Netherlands: University Of Amsterdam, 2004).

Jurnalis online dapat menjadi profesional yang bekerja di media berita resmi atau warga yang berbicara di blog pribadinya.<sup>42</sup> Pavlik J. dalam Aryani menyederhanakan definisi jurnalisisme online sebagai penggabungan tiga ciri komunikasi: komunikasi melalui platform digital, kualitas interaktif, dan komunikasi online yang ditatanya.<sup>43</sup>



Jurnalisisme online adalah proses pengumpulan, penulisan, pengeditan, dan penerbitan berita melalui media internet dengan menggunakan teknologi digital berbasis multimedia. Adanya berita di internet, yang juga dikenal sebagai weblog atau blog, yang dapat dibuat oleh siapa saja, menunjukkan kemajuan jurnalisisme online. Dengan teknologi digital, siapa pun dapat mendapatkan informasi kapan saja dan di mana saja sesuai dengan kebutuhan mereka.

### **2.2.8 Informasi Kriminal**

Informasi kriminal berasal dari berbagai sumber, seperti laporan polisi, saksi mata, media massa, atau hasil investigasi, mencakup informasi tentang tindakan atau tingkah laku yang melanggar hukum, merugikan korban dan masyarakat secara keseluruhan, dan menimbulkan reaksi sosial berupa hukuman atau celaan.

---

<sup>42</sup> Hasfi Nurul, 'Tantangan Jurnalis Di Era Globalisasi Informasi', *Forum*, 2010.

<sup>43</sup> R Aryani, 'Konsep Penyajian Jurnalisisme Online', 2011 <[www.antaranews.com](http://www.antaranews.com)> [accessed 6 April 2023].

Maulsby berpendapat bahwa berita adalah berita yang benar dan tidak memihak tentang peristiwa penting yang baru terjadi yang dapat menarik perhatian pembaca.<sup>44</sup> Berita kriminal adalah informasi tentang tindakan melanggar hukum di sekitar kita..<sup>45</sup>

Pembunuhan, perkosaan, penipuan, pencopetan, pencurian, narkoba, prampokan, tawuran, penganiayaan, dan sebagainya adalah beberapa contoh berita kejahatan. Menurut Muda, berita kriminal biasanya dibagi menjadi tiga kategori: berita berat (berita berat), berita ringan (berita ringan), dan laporan penyelidikan (laporan penyelidikan).<sup>46</sup>

- a. Berita berat, juga dikenal sebagai "berita berat", mencakup berita tentang peristiwa yang dianggap berdampak besar pada masyarakat, baik individu, kelompok maupun organisasi. Misalnya, mengenai penerapan undang-undang baru oleh pemerintah.
- b. Berita ringan, atau berita ringan, sering disebut dengan fitur, yaitu berita yang menarik bagi pembaca meskipun tidak relevan. Seringkali berkonsentrasi pada hal-hal yang luar biasa atau dapat mengejutkan penonton.

---

<sup>44</sup> Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008).

<sup>45</sup> dkk Rusdiyanto, 'Penerapan Kode Etik Jurnalis Televisi Indonesia Pada Progam Berita Kriminal Di Riau Televisi', *Jurnal Medium*, 10.1 (2022).

<sup>46</sup> Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003).

- c. Laporan penyelidikan adalah jenis berita eksklusif karena data tidak dapat diperoleh secara langsung, tetapi penyelidikan mengungkapkan kebenaran.

### 2.2.9 Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Di era modern ini, manusia sangat bergantung pada informasi untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Mereka bergantung pada informasi untuk mengetahui lebih banyak, menjadi lebih mahir, mengurangi keraguan, dan menjadi lebih bahagia.<sup>47</sup>

Menurut Syaffril, ada empat cara untuk menjelaskan kebutuhan data pengguna media sosial, yaitu <sup>48</sup>:

- a. Current Need Approach saat ini, juga dikenal sebagai pendekatan kebutuhan informasi mutakhir, mendorong dan mendorong setiap orang yang membutuhkan informasi untuk selalu mencari dan mendapatkan informasi terbaru.
- b. Everyday Need Approach, juga dikenal sebagai pendekatan kebutuhan informasi harian, adalah pendekatan kebutuhan informasi rutin yang spesifik dan cepat. Pendekatan ini menuntut pengolahan informasi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pengguna informasi.

---

<sup>47</sup> Sukma Perdana, 'Pengaruh Kebijakan Hutang Jangka Panjang Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan', *Artikel Ilmiah*, 2012.

<sup>48</sup> Perdana.

- c. Exhaustic Need Approach, juga dikenal sebagai pendekatan kebutuhan informasi mendalam, memerlukan informasi yang akurat dan lengkap.
- d. Catching-up Need Approach (pendekatan pencapaian kebutuhan informasi) adalah pendekatan informasi yang sederhana, ringkas, tetapi jelas.

#### 2.2.10 Followers

"Follower" adalah kata benda dalam bahasa Inggris yang berarti "pengikut". Akun Instagram yang memiliki banyak pengikut akan semakin populer, yang dapat dimanfaatkan untuk menawarkan peluang bisnis. Banyak orang tahu bahwa Instagram adalah alat promosi yang sangat populer.

Pengikut sangat penting. Foto yang populer sangat dipengaruhi oleh jumlah like yang diberikan pengikutnya. Karena banyaknya pengikut, bahkan untuk bisnis barang atau jasa online, jumlah pengikut dapat menentukan kredibilitas akun. Sebuah akun Instagram dengan banyak follower secara otomatis memiliki reputasi yang menarik bagi vendor untuk memasang iklan di akun tersebut.<sup>49</sup>

### 2.3 Kerangka Pemikiran

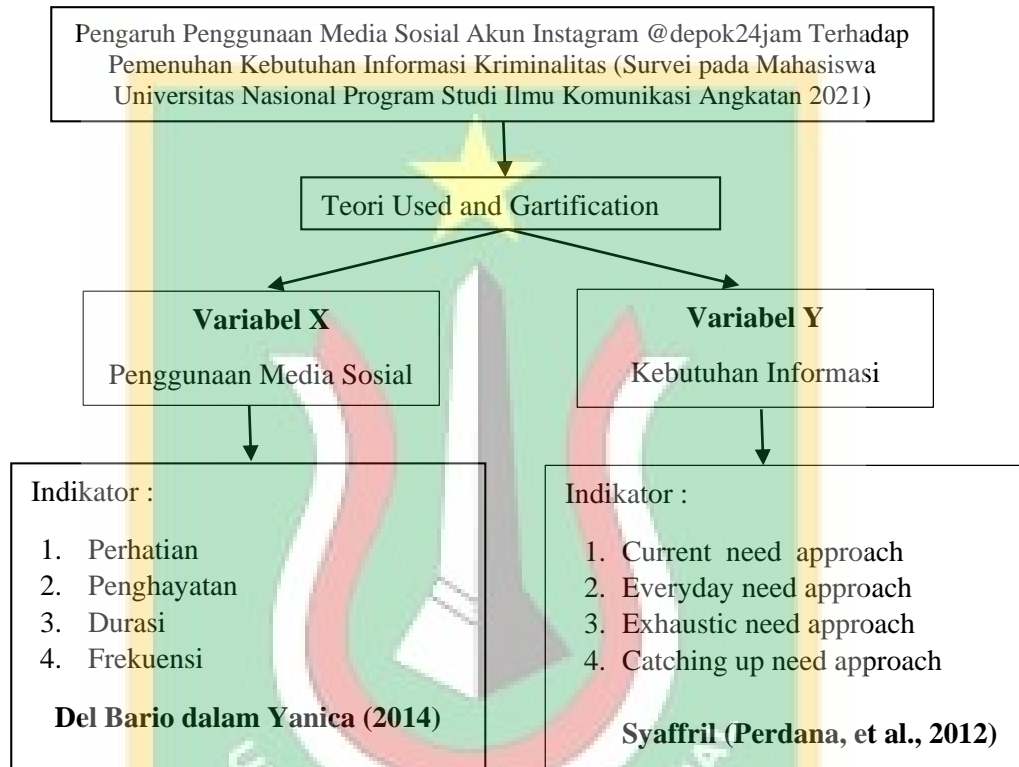
Konsep yang dikenal sebagai "kerangka pemikiran" mengacu pada penelitian yang saling berhubungan, di mana variabel dapat dikaitkan satu

---

<sup>49</sup> Mutiara Devi, 'Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Di Kota Metro' (Institut Agama Islam Negeri, 2020).



sama lain secara menyeluruh dan sistematis<sup>50</sup>. Hal ini dilakukan untuk membuat penelitian lebih mudah dipahami karena penyampaiannya bisa runtut di laporan. Kerangka pemikiran berikut dibangun berdasarkan teori tersebut:



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran**

Sumber: Hasil diolah, 2023

Peneliti memilih akun Instagram @depok24jam sebagai subjek penelitian karena berdasarkan kerangka pemikiran ini, peneliti tertarik untuk mengkaji alasan penggunaan media sosial oleh masyarakat,

<sup>50</sup> Muhamad Iqbal, 'Konten Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, Dan Etika Membuat Konten (2022) Tulisan Ini Diambil Dari Sumber: <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/> Copyright LindungiHutan.Com Dukung Hutan Indonesia Hijau Kembali Dengan Menanam P', 2022 <<https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/>> [accessed 27 March 2023].

khususnya dalam memenuhi kebutuhan informasi. Dengan menggunakan teori used and gratification, peneliti ingin menyelidiki bagaimana akun tersebut mempengaruhi perilaku pengguna dalam mencari informasi terkini mengenai berbagai hal yang terjadi di Depok.

#### 2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, hipotesis penelitian ini ialah:

Ho = tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial akun Instagram @depok24jam terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kriminalitas bagi followers

H1 = terdapat pengaruh penggunaan media sosial akun Instagram @depok24jam terhadap kebutuhan informasi kriminalitas bagi followers

Dari hipotesis tersebut, H1 diterima dan Ho ditolak jika ada korelasi positif antara penggunaan media sosial akun Instagram @depok24jam dan pemenuhan persyaratan informasi kriminalitas bagi pengikutnya.

