

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Sosial

Dengan adanya media sosial menjadi ciri khas bagian dari kehidupan seseorang, kemajuan teknologi yang dirasakan sekarang menghasilkan berbagai variasi media seperti media sosial. Media sosial tercipta karena adanya sebuah media dalam jaringan, memungkinkan pengguna berinteraksi satu sama lain, dapat membangun kerjasama, berbagi pengalaman, dan pastinya dapat berkomunikasi dengan orang lain dengan jarak yang jauh. Media sosial merupakan sebuah keniscayaan disaat internet dapat menghubungkan setiap orang di berbagai tempat, kota, negara maupun benua.

di Indonesia sendiri perkembangan penggunaan media sosial sangat pesat. Seperti yang catat oleh We Are Social, bahwa sebanyak 139 juta identitas tercatat menggunakan media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2024 (Annur, 2024). dimana angka tersebut jumlahnya setara 49,9% populasi nasional.

Media sosial mempunyai berbagai ciri khas yang tidak ditemukan pada media lain. Seperti, Jaringan, media sosial terbentuk dari struktur sosial dalam jaringan atau internet, sehingga hadirnya media sosial tersebut terhubung dengan para penggunanya. lalu Informasi, dalam media sosial ada sebuah aktivitas yang dimana terlihat pengguna dapat menciptakan ide yang berbentuk konten, dan membangun sebuah interaksi yang tercipta berdasarkan oleh informasi. Selanjutnya Interaksi, pada media sosial memiliki karakter dasar yaitu dengan terbangunnya jaringan antar pengguna. Adanya komunikasi dua arah yang sederhana, seperti berupa komentar.

Mudah nya penggunaan dan akses dalam bermedia sosial, pertumbuhan penggunaan yang pesat dalam hal ekonomi, politik, sosial hingga budaya pastinya dalam bermedia sosial tentu tetap ada yang namanya dampak positif dan negatif yang dihasilkan. Menurut (Tosepu 2018, h. 82), adanya dampak positif dan negatif bermedia sosial sebagai berikut :

1. Efek Positif

Dapat mempererat silaturahmi dikarenakan akan selalu bisa berinteraksi dengan berbagai orang, dapat mengakses berbagai informasi, tempat belajar, menjadi tempat untuk berbisnis dan promosi.

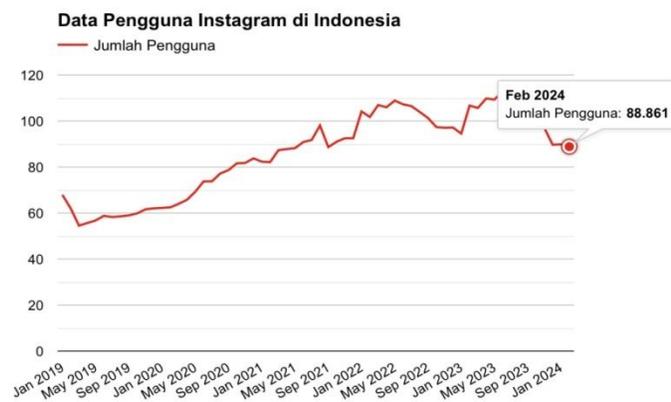
2. Efek Negatif

Bisa membuat kecanduan dan terlalu ketergantungan, media sosial bisa membuat kesenjangan informasi, adanya penyalahgunaan identitas, foto dll, kejahatan dunia maya, pornografi dan yang paling penting bisa membuat kurangnya intensitas dalam berinteraksi langsung dengan sesama di kehidupan nyata.

2.2 Instagram

Media sosial menjadi bagian penting dalam kehidupan era sekarang, yang dimana era internet semakin berkembang. Instagram, yang diluncurkan pada tahun 2010, dibeli oleh Facebook pada tahun 2012, platform ini telah berkembang menjadi platform yang digunakan untuk pemasaran, promosi, dan branding perusahaan juga individu. Bahkan Instagram merupakan salah satu platform yang terbesar. Menggunakan platform ini, pengguna dapat mengunggah, membagikan, dan mengedit berbagai konten visual.

Gambar 2. 1 Data Pengguna Instagram di Indonesia



Berdasarkan data diatas menjelaskan bahwa Per-Februari 2024 laporan terakhir dari Napoleon Cat dalam *upgraded.id* (Julius, 2024), Instagram memiliki jumlah pengguna hingga 88,8juta yang didominasi oleh pengguna wanita dengan rentan umur 25-34 dan pria di rentan umur 18-24.

Memiliki banyak sekali fitur yang bermanfaat saat kita mengaksesnya, Berikut adalah Fitur- fitur yang dimiliki oleh Instagram:

- a. **Profil**, yang berfungsi sebagai wajah dari instagran kita. Dalam profi terdapat pengenalan mengenai data pengguna, baik itu dari pengguna ataupun sesama pengguna yang yang lain. Fitur ini menunjukkan jumlah postingan yang di upload, jumlah followers serta jumlah following.
- b. **Home Page** merupakan fitur halaman utama untuk melihat berbagai postingan terkini dari berbagai pengguna yang diikuti..
- c. **Instagram Stories** Fitur ini memberikan kesempatan untuk paar pengguna berbagi foto atau video sementara dan akan hilang setelah 24 jam. Dalam stories yang kita bagikan kita bisa menambahkan teks, stiker, atau efek kreatif lainnya ke cerita mereka.
- d. **IGTV (Instagram TV)** merupakan fitur video berdurasi lebih panjang, Pengguna dapat mengunggah video dengan durasi hingga satu jam juga bisa menikmati konten dari kreator yang mereka ikuti.
- e. **Comments** Sebagai fitur untuk komentar pada foto-foto yang ada di Instagram, baik di postingan sendiri maupun orang lain.
- f. **Highlight** merupakan sebuah fitur untuk menampilkan jangka panjang *story-story* kita yang sudah melebihi masa tayang nya. Dalam *highlight* kita bisa mengkategorikan sesuai tema postingan kita. Para followers juga bisa mengakses dan melihat kembali *story* kita tersebut.
- g. **DM (direct massage)** adalah sebuah fitur bertukar pesan yang terdapat dalam aplikasi instagram sendiri. Kita bisa chatting juga telponan dengan pengikut juga teman-teman kita.

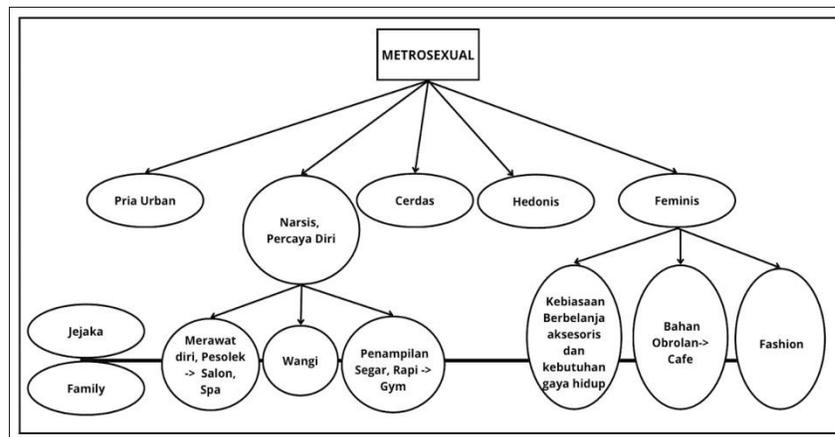
2.2.1 Instagram @Emilmari0

Instagram Emilmari0 merupakan salah satu contoh bahwa platform instagram dapat digunakan dengan banyak kegunaan. Emil Mario memanfaatkannya untuk berbagi konten yang berkaitan dengan gaya hidup, kecantikan, dan mode. Emil Mario konsisten membagikan konten yang menginspirasi dan estetik, seperti foto dan video fashionnya yang menarik serta tips dan trik kecantikan. Selain itu, Instagram @emilmari0 juga merupakan tempat di mana Emil Mario berinteraksi dengan pengikutnya secara langsung, membagikan cerita-cerita sehari-hari dan memperlihatkan gaya hidup hingga lingkungannya dekatnya.

2.3 *Metrosexual*

Metroseksual terdiri dari dua kata, yaitu: metropolitan, yang berarti ibukota, dan heteroseksual, yang berarti mengutamakan penampilan (Trisnawati, 2018) dalam (Madani, 2021). Pada awalnya digambarkan sebagai pria kota modern yang menghabiskan banyak waktu dan uang untuk mengurus penampilan mereka dan berorientasi pada gaya hidup kosmopolitan. Istilah "metroseksual" berasal dari kata "metropolitan" dan "seksual", yang masing-masing merujuk pada pria yang menggabungkan elemen tradisional maskulinitas. Pria metroseksual menghabiskan banyak uang untuk mengikuti mode dan menghabiskan waktu berjam-jam di salon untuk merawat diri. Mereka adalah pria yang tidak takut mengungkapkan emosinya, merasa nyaman berada di dekat wanita, secara konsisten menghargai wanita, dan nyaman bersosialisasi dengan cara yang sama seperti wanita. Jika dinilai hanya dari penampilan luarnya saja, mungkin beberapa orang akan mengira bahwa pria *metrosexual* ini adalah kalangan gay, namun pria dalam kategori ini tidak serta-merta merupakan kalangan gay atau disebut homoseksual meskipun hanya karena mereka tidak menunjukkan sisi maskulin pada dirinya.

Gambar 2. 2 Skema Konsep *Metrosexual* Ahmad Mulyana



Gambar diatas merupakan bagan sebuah skema konsep *metrosexual*. Menjelaskan bahwa *metrosexual* memiliki perwujudan seorang pria, yang biasanya masih lajang ataupun sudah berkeluarga. Seorang pria *metrosexual* ditandai dengan pria yang feminitas, melakukan berbagai kegiatan yang erat dengan kesan seorang wanita. Memiliki ketertarikan dan mempunyai gaya *fashion* yang *up to date*, senang akan berbelanja untuk kebutuhan gaya hidup, gossip, perawatan diri dan berdandan. Bahkan pria *metrosexual* ini kerap pergi ke salon, spa, dan gym. Pada skema *metrosexual* yang terlihat pada bagan di atas, menjelaskan juga bahwa seorang pria *metrosexual* digambarkan dengan seseorang yang cerdas, hedon dan seorang dengan gaya hidup perkotaan atau metropolitan. *Metroseksual* dapat dikatakan juga sebagai woman-oriented man atau pria yang kewanita-wanitaan. Pria *metroseksual* juga mempersepsi dirinya sebagai pria yang modern, reformis, dan mencintai budaya pop. Akan tetapi, seseorang dengan *metroseksual* tidak bisa disebutkan sebagai seorang banci atau gay. Hal ini bisa timbul dimungkinkan oleh kelebihan mereka dalam berkomunikasi melebihi pria pada umumnya yang membuat mudah membiasakan diri dengan berbagai macam hal yang sedang terjadi dan tren (Mulyana, 2022).

Pria *metroseksual* sangat tertarik pada mode, kecantikan, dan gaya hidup konsumtif, dan mereka seringkali mengejutkan dengan ketertarikan mereka terhadap produk perawatan pria yang sebelumnya dianggap eksklusif untuk wanita.

Bahkan berdandan menggunakan kosmetik sudah menjadi kebutuhan bagi pria metroseksual karena berbagai faktor-faktor, seperti sebuah identitas sosial, kepuasan jasmani dan jati dirinya (Setya, 2015). Mereka juga jatuh cinta pada gaya hidup urban dan diri mereka sendiri, bahkan mereka bisa dianggap narsis. Pria metropolitan sekarang ini tidak hanya dilihat dari orang yang berpenampilan mewah tetapi juga orang yang berpendapatan tinggi. Gaya hidup mereka telah bergeser ke kota-kota besar yang menyediakan berbagai hal terbaik yang dibutuhkan orang-orang seperti, berbagai butik, salon, spa, klub, restoran dan toko-toko yang ternama.

Pria metroseksual lebih peduli dengan penampilan mereka; mereka cenderung membeli pakaian bermerek dan berkualitas tinggi. Selain itu, mereka lebih cenderung melakukan tindakan atau perawatan diri yang biasanya dilakukan perempuan. Mereka menunjukkan identitas mereka melalui pakaian yang mereka kenakan. Fashion adalah cara untuk berkomunikasi tentang penampilan (Waluyo, 2014).

Ciri-ciri pria metroseksual yang lain dikemukakan oleh (Kartajaya dkk, 2004) dalam (Waluyo, 2014), yaitu:

1. Umumnya tinggal di kota besar di mana hal ini tentu saja mempunyai kesempatan mengakses informasi, perluas pergaulan, dan gaya hidup yang lebih menjanjikan.
2. Memiliki banyak uang karena banyaknya materi yang dibutuhkan sebagai penunjang kebutuhan gaya hidup yang dijalani di kota besar.
3. Memilih untuk hidup dengan gaya urban dan hedon.
4. Intens mengikuti perkembangan fashion untuk mengikuti perkembangan fashion terbaru yang cocok diikuti.
5. Umumnya memiliki penampilan *trendy* dan pastinya begitu peduli akan penampilan juga perawatan tubuh.

Dari semua penjelasan diatas, memiliki makna yang sama sesuai dengan ciri yang digambarkan oleh (Mulyana, 2022) pada penelitiannya nya dimana

metrosexual berkaitan dengan gaya hidup pria metrosexual yang berkarakteristik, memiliki sebuah kebiasaan dan ketertarikan feminitas, memiliki profesi, cara berpikir yang baik dianggap cerdas, dengan gaya metropolitannya ia akan memiliki sikap yang hedonis. Lima point dibawah ini menjadi fokus penelitian yang diikuti dengan kategorisasi hingga sub kategorisasi sesuai dengan makna metrosexual yang sudah dicirikan dari uraian diatas:

2.3.1 Pakaian dan Gaya

Pria *metrosexual* dijelaskan dengan pakaian dan gayanya, juga bisa terlihat dari bagaimana mereka memperlihatkan gaya hidup yang hedonistik, berpenampilan trendi dan selalu mengikuti tren-tren terbaru (Mulyana, 2022). Baik pakaian dan aksesori yang berasal dari berbagai merek terkenal. Gaya yang pria metrosexual ini tampilkan sebelumnya hanya digunakan oleh para wanita, namun saat ini digunakan oleh pria metroseksual. Sesuai dengan penjabaran diatas, Kesadaran Mode (*Fashion Consciousness*) merupakan kategorisasi yang peneliti anggap paling cocok dari pakaian dan gaya. Dikembangkan dengan tiga sub-kategori utama: mengikuti tren *fashion*, Kesadaran Brand, dan *Well Dressed* (Berpakaian Bagus, Pandai Koordinasi Gaya).

2.3.2 Gaya Hidup Sehat

Menurut Yongky S, Head of Personal Health Philips Indonesia dalam (Merdeka, 2020), hidup sehat itu bagaimana seseorang mampu untuk berolahraga yang sesuai porsinya. Pola hidup sehat menurut definisi World Health Organization atau yang biasa kita sebut sebagai WHO, memiliki makna yang luas, yaitu dimana hidup sehat merupakan “keadaan seseorang yang sempurna baik dalam bentuk fisik, mental, hingga sosial, yang tidak hanya ditunjukkan sebatas bebas dari penyakit bahkan sebuah kecacatan”.

2.3.3 Perawatan Diri

Seseorang metrosexual menurut (Mulayana, 2022), merupakan seseorang yang senang meluangkan waktu untuk melakukan sebuah kegiatan perawatan diri, bahkan mereka tidak ragu untuk menghabiskan uang untuk hal-hal yang dapat memperindah penampilan mereka. Berbagai kebiasaan merawat diri (grooming habits) seperti rutinitas perawatan kulit (skincare routine) dan berdandan (makeup).

2.3.4 Interaksi Sosial

Kehidupan yang dikelilingi makhluk sosial ini tidak mungkin terjadi tanpa interaksi sosial. Interaksi sosial menurut Macionis adalah sebuah hubungan aksi dan reaksi seseorang dalam sebuah hubungannya dengan individu ataupun kelompok lain (Nugroho, 2023). Dengan pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa interaksi sosial ini adalah sebuah bentuk keterlibatan sosial dalam kehidupan sekeliling kita. Keterlibatan Sosial (*Social Engagement*), bisa dilihat dari keterlibatan *networking* dan bagaimana lingkungan dan pertemanan seseorang.

2.3.5 Karakteristik

Sifat dan sikap diri berdasarkan oleh kepribadian dan perilaku setiap individu. Sifat adalah karakteristik yang stabil dan melekat yang membentuk dasar dari bagaimana seseorang cenderung berperilaku secara umum. Makna individualis yang berkarakteristik menurut Simon Philips dalam (Gilang, 2021) merupakan kumpulan nilai yang dilandasi sikap, pemikiran juga perilaku yang diperlihatkan oleh seorang individu. Seperti sebuah kepercayaan diri, sikap *open minded* dan gaya hidup pria urban .

2.4 Eksistensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, Eksistensi adalah sebuah ungkapan mengenai keberadaan, dikenal dan populer, mempertanyakan sebuah keberadaan dan keberadaan itu biasanya terus dilakukan. Gabungan dari dua

kata yaitu *existence* (inggris), dan *existere* (Latin) Eksistensi memiliki aktualitas dan segala sesuatu yang ada (Putri, 2023).

Biasanya eksistensi juga berkaitan dengan pertanyaan tentang apa yang ada dan bagaimana sesuatu atau sebuah fenomena terjadi. Eksistensi merupakan sebuah cap untuk keberadaan manusia dikarenakan manusia lah yang memiliki keberadaan, saat manusia berada artinya memiliki sebuah kesadaran, dimana manusia yang akan merencanakan, berbuat, membuat, mengolah dan menjadi dirinya sendiri (Hudori, 2017).

Setiap hal dan kegiatan mengenai manusia dan berbagai aktivitasnya yang terlihat menjelaskan sebuah eksistensi itu hidup, baik aktivitas itu mengalami kemajuan ataupun kemunduran, yang terpenting aktivitas tersebut sudah hidup bahkan dapat berjalan terus maka itu dikatakan eksistensi (Afkhai, 2018).

Maka dapat disimpulkan bahwa eksistensi muncul berasal dari sebuah aktivitas yang dilakukan secara terus menerus oleh manusia. Mmbuat berbagai hal mulai dari merencanakan hingga mengolahnya sehingga aktivitas-aktivitas tersebut terlihat pada lingkungan dan dikaatakan sebagi keberadaan.

2.5 PostModernisme

Postmodernisme menurut mengubah pandangan masyarakat Indonesia dengan menggoyahkan keyakinan lama, Membuka ruang untuk mulai menerima berbagai gagasan yang sebelumnya dianggap tabu atau tidak mungkin (Heryanto, 2016 h.83). Postmodernisme menunjukkan sebuah kemunculan tatanan sosial yang mana media massa dan budaya populer memainkan peran penting dalam membentuk hingga berjalannya berbagai hubungan sosial (Buchari, 2018). dengan gagasan utama bahwa berbagai simbol budaya populer dan citra-citra media semakin mendominasi sebuah realitas, identitas kita, dan lingkungan di sekitar kita.

Di era ini, postmodernisme sangat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi. Di mulai dengan era digital, yang memudahkan

identitas menjadi beragam dan mudah diekspresikan melalui media sosial. menjadikan identitas bersifat dinamis dan berubah-ubah, bahkan memungkinkan individu untuk merepresentasikan dirinya dengan bebas secara online, sampai bisa menantang norma-norma tradisional seperti gender, etnis, dan budaya yang sudah ada sebelumnya.

2.6 Postingan

Postingan merupakan sebuah elemen utama dalam dunia media sosial. dimana inilah fitur yang digunakan pengguna untuk berbagi konten dengan *followers*. Konten dibagikan bermacam bentuk, mulai dari gambar, teks, video bahkan bisa kombinasi dari semuanya. berbagi postingan tersebut dapat dibagikan di berbagai platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya. Maksud dari postingan sendiri biasanya memiliki sebuah pesan, cerita, ide atau pengalaman pribadi yang ingin mereka perlihatkan dan sampaikan kepada khalayak. Postingan mempengaruhi sebuah interaksi sosial, dapat membangun komunitas, juga dapat mempromosikan sesuatu.

Postingan sangat penting untuk membangun citra diri seseorang di media sosial. Pengguna dapat mengontrol bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain di platform media sosial dengan memilih konten yang diposting dan presentasi yang sesuai. Oleh karena itu, minat, nilai, dan preferensi pengguna tercermin dalam postingan. Postingan yang konsisten meningkatkan keterlibatan, hubungan dengan pengikut, dan visibilitas di media sosial. Dengan demikian berbagai postingan memainkan peran penting dalam membentuk dan mempengaruhi interaksi dan dinamika sosial secara online di era komputer dan internet saat ini.

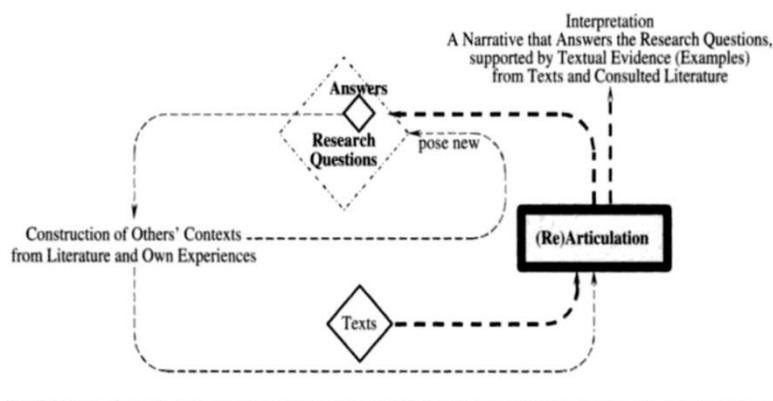
2.7 Analisis Isi Klaus Krippendorff

Analisis isi merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui kecenderungan isi komunikasi. Menggunakan metode analisis isi harus mengamati

fenomena komunikasi, dengan merumuskan dengan tepat apa yang diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut. Analisis isi sangat memperhatikan sebuah proses, peristiwa dan otentisitas, hal ini dikarenakan maksud dari dilakukan penelitian agar dapat membuat realitas dan memahami makna nya (Ahmad, 2018). Selanjutnya memilih unit analisis yang akan dikaji, memilih objek penelitian yang menjadi sasaran analisis. Apabila objek penelitian berhubungan dengan data-data verbal maka perlu disebutkan tempat, tanggal dan alat komunikasi yang bersangkutan. Namun, kalau objek penelitian berhubungan dengan pesan pesan satu dalam suatu media, perlu dilakukan identifikasi terhadap pesan dan media yang mengantarkan pesan itu.

Analisis isi Klaus Krippendorff digunakan untuk penelitian dengan maksud mencari makna teks dengan prosedur yang dapat dipercaya (reliable), dapat diaplikasikan dalam berbagai konteks yang lain (replicable), juga bersifat sah memperhatikan konteksnya.

Gambar 2. 3 : Alur Analisis Isi Krippendorff



Berdasarkan alur analisis isi kualitatif Klaus Krippendorff pada Gambar 1.2 di atas, analisis ini diawali oleh data berupa gambar dan teks dalam sebuah postingan, selanjutnya diartikulasi ulang oleh peneliti untuk diinterpretasi. Interpretasi dapat berupa naratif yang turut menjawab pertanyaan penelitian dan didukung bukti tekstual dari teks dan literatur jurnal.

Selanjutnya menentukan dan mencari Instrumen untuk menjadi alat yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitiannya. Instrumen pada penelitian ini yaitu peneliti itu sendiri, unit analisis diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan fokus/ komponen yang diteliti (Sugiyono, 2015) dalam (Salam, 2023). Proses penelitian analisis isi kualitatif memerlukan instrumen penelitian untuk mengkategorikan data yang dibuat dengan rumusan pertanyaan penelitian diikuti oleh kerangka teoritis dan konseptual (Mayring, 2014). Setelah proses kategorisasi dilakukan, peneliti menganalisis materi penelitian menggunakan unit kategorisasi. Interpretasi bahan penelitian hanya dapat disajikan jika langkah sebelumnya sesuai dengan pertanyaan penelitian.

2.8 Fokus Penelitian

Menurut (Moleong, 2017) dalam (Rukayah, 2017), fokus penelitian menjadi sebuah batasan untuk menetapkan kriteria dalam sebuah penelitian. Dimana, peneliti berfokus untuk melihat bagaimana proses munculnya sebuah eksistensi dari fenomena *metrosexual* pada sebuah akun instagram @emilmari0. Menggunakan 53 postingan yang dipilih tentunya sesuai dengan kriteria skema *metrosexual* Ahmad Mulayana (2022) yang menjadi acuan peneliti.

Dalam penelitian ini, akun media sosial @emilmari0 di Instagram menjadi objek penelitian. Melakukan pengumpulan data, dapat menilai kualitas data, menganalisis data, menginterpretasi data, serta membuat kesimpulan atas temuan data dalam penelitian kualitatif berupa data deskriptif yang bisa ditemukan dalam bentuk kata, gambar, ataupun audio visual. Data tersebut selanjutnya akan dianalisis guna menjangkau informasi yang lebih luas, saat sudah menemukan keterkaitan satu dengan lainnya, maka akan memperhatikan pola yang terjadi, lalu diakhiri dengan menjabarkannya dalam bentuk sebuah narasi. setelah itu nantinya akan dikategorikan berdasarkan jenis postingan serta konsep dan ide konten terkait penyampaian pesan @emilmari0 sebagai tokoh terkenal yaitu selebgram dan influencer, dimana konten media sosial sangat penting untuk menjadi sebuah brand diri seseorang.

2.9 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

	Karya	Nadya Kusuma Amadanti
	Judul	GAYA HIDUP METROSEKSUAL DI MEDIA SOSIAL (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure pada Feeds Instagram Beauty Influencer @danangwisnu)
	Hasil	hasil analisis penelitian mengenai tanda-tanda gaya hidup metroseksual di media sosial Instagram, dapat ditarik konklusi bahwa tanda yang dimunculkan oleh Danang Wisnu sebagai subyek penelitian bermuara kepada makna bahwa dirinya memiliki dan menjalani gaya hidup pria metroseksual. Danang dalam menampilkan dirinya yang up to date tentang tren fashion terkini, punya gaya hidup hedonis, banyak teman lawan jenis dan punya kesadaran mengenai kesetaraan gender, merawat diri dan memperhatikan penampilan, serta merupakan sosok yang social butterfly.
	Persamaan	Penelitian ini juga menjadikan akun sosial media Instagram menjadi subyek penelitiannya dan juga mencari representasi <i>metrosexual</i> .
f.	Perbedaan	Penelitian ini menggunakan Studi semiotika Ferdinand De Saussure.

a.	Karya	M Andy Bagus
	Judul	Analisis Isi Kualitatif Pengemasan Konten Instagram Folkative Sebagai Media Informasi Digital
	Hasil	hasil analisis penelitian mengenai, akun @folkative memanfaatkan media sosial instagram sebagai media sosial budaya kreatif, dengan strategi pemasaran konten yang memberikan pengetahuan cukup dalam, selalu <i>up</i>

		<i>to date</i> dan <i>relatable</i> . @folkative menggunakan teori new media dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di instagram, untuk memudahkan para pengikut mencari informasi terbaru.
	Persamaan	Penelitian ini juga menjadikan akun sosial media Instagram menjadi subyek penelitiannya.
e.	Perbedaan	Penelitian ini menggunakan akun berita dan ingin melihat bagaimana pemanfaatan sosial media instagram.

