

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Komunikasi Media Sosial

Komunikasi pada media sosial merupakan sebuah proses pertukaran pesan yang terjadi dalam ruang digital melalui platform berbasis internet, di mana pengguna dapat memproduksi, mendistribusikan, dan berinteraksi dengan konten secara simultan (Mutiarani dkk., 2024). (Boyd & Ellison, 2007) menjelaskan bahwa media sosial muncul sebagai ruang jaringan sosial yang memungkinkan individu membangun profil, membuat daftar koneksi, serta menjelajahi hubungan antar pengguna. Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya bersifat linear, tetapi juga bersifat dua arah karena setiap pengguna dapat berperan sebagai produsen maupun konsumen informasi.

(Kaplan & Haenlein, 2010) menekankan bahwa media sosial bekerja melalui mekanisme user-generated content atau Konten Buatan Pengguna, sehingga interaksi antarpengguna bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh kreativitas serta respons kolektif. Karakter ini menjadikan komunikasi digital lebih cair, cepat, dan mudah mengalami penyebaran secara luas. Menurut (McQuail, 2010), kondisi tersebut menghasilkan struktur komunikasi yang jauh lebih horizontal dibanding media tradisional, karena relasi antar pengguna tidak lagi terikat pada hierarki lembaga, melainkan dipengaruhi oleh preferensi dan perilaku masing-masing pengguna.

Sejalan dengan itu, (Sari & Irena, 2023) menyatakan bahwa media sosial menghadirkan bentuk komunikasi yang menghubungkan identitas pengguna dengan cara mereka berinteraksi dan beraktivitas di dunia digital. Komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai praktik sosial yang membentuk cara individu memahami diri dan dunia sekitarnya. Interaksi yang terjadi di media sosial, termasuk pemberian komentar dan respons, menjadi artikulasi simbolik tentang nilai, norma, dan makna sosial yang mereka anut.

Selain itu, karakteristik komunikasi digital juga dibentuk oleh fitur dan mekanisme yang dimiliki platform media sosial. (A. A. Safitri, 2021) mengemukakan bahwa setiap platform media sosial memiliki “blocks of functionality” seperti sharing, conversations, reputation, dan relationships yang mempengaruhi bagaimana komunikasi berlangsung. Dengan demikian, komunikasi media sosial tidak berdiri secara netral, tetapi dipengaruhi oleh desain teknologinya yang mendorong pola interaksi tertentu, termasuk bagaimana audiens merespons sebuah konten.

## **2.2 Media Sosial**

### **2.2.1 Pengertian Media Sosial**

Media sosial merupakan istilah yang tersusun dari dua kata, yaitu media dan sosial. Kata media merujuk pada sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan melakukan proses komunikasi, sedangkan kata sosial berkaitan dengan realitas kehidupan bermasyarakat, khususnya aktivitas dan tindakan individu yang terjadi dalam interaksi sosial serta memiliki dampak bagi lingkungan sekitarnya. Berdasarkan pengertian tersebut, media sosial dapat dipahami sebagai alat komunikasi berbasis daring yang memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi, berpartisipasi, dan menjalin hubungan sosial secara virtual (Suhendra & Pratiwi, 2024).

Beberapa ahli menjelaskan bahwa media sosial merupakan platform digital yang menekankan pada keberadaan dan peran aktif penggunanya dalam membangun interaksi dan kolaborasi. Media sosial tidak hanya menyediakan ruang untuk berkomunikasi, tetapi juga menjadi sarana bagi pengguna untuk mengekspresikan diri, berbagi informasi, serta membangun jaringan sosial. Van Dijk memaknai media sosial sebagai media daring yang mampu membentuk hubungan yang lebih erat antarindividu dan memperkuat ikatan sosial melalui interaksi yang berkelanjutan (Aulia, 2025; Van Dijk dalam Nasrullah, 2015).

Kehadiran media sosial telah membawa perubahan yang signifikan terhadap perilaku masyarakat. Perubahan tersebut tampak dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari cara berkomunikasi, pola interaksi sosial, hingga pergeseran nilai budaya, etika, dan norma sosial yang dianut oleh masyarakat. Media sosial juga memengaruhi cara individu menyikapi realitas sosial, membangun opini, serta merespons fenomena yang berkembang di ruang public (Chanra & Tasruddin, 2025).

Saat ini, media sosial berkembang menjadi platform multifungsi yang memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, media sosial juga menjadi sumber informasi, ruang diskusi, sarana hiburan, dan media penyebaran gagasan. Peran media sosial yang begitu luas menjadikannya sebagai salah satu elemen yang berpengaruh dalam membentuk pola pikir dan perilaku masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan media sosial perlu diarahkan secara bijak agar tetap berkontribusi positif, mendukung interaksi sosial yang sehat, serta memberikan manfaat bagi kehidupan individu maupun masyarakat secara luas.

### **2.2.2 Karakteristik Media Sosial**

(Aulia, 2025) Menurut Nasrullah (2015), media sosial memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari media lainnya, yaitu:

1. Jaringan (Network)

Media sosial dibangun melalui jaringan teknologi yang menghubungkan perangkat digital sehingga memungkinkan komunikasi dan pertukaran data antar pengguna.

2. Informasi (Information)

Informasi menjadi unsur utama karena pengguna dapat memproduksi, membagikan, dan menafsirkan konten sebagai bentuk ekspresi diri dan interaksi sosial.

3. Arsip (Archive)

Media sosial memungkinkan penyimpanan informasi secara digital sehingga konten dapat diakses kembali kapan saja dan dari berbagai perangkat.

4. Interaksi (Interactivity)

Interaksi di media sosial terbentuk melalui keterlibatan aktif pengguna, seperti komentar, respons, dan partisipasi, bukan hanya jumlah pengikut.

5. Simulasi Sosial (Simulation of Society)

Media sosial berfungsi sebagai ruang simulasi kehidupan sosial di ranah digital dengan pola interaksi yang dapat berbeda dari kehidupan nyata.

6. Konten oleh Pengguna (User Generated Content)

Seluruh konten yang ditampilkan merupakan hasil produksi pengguna, sehingga tanggung jawab atas isi konten berada pada pemilik akun.

7. Penyebaran (Sharing)

Media sosial memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan luas, sehingga mendukung proses sosialisasi dan distribusi informasi dalam masyarakat.

### 2.2.3 Jenis-jenis Media Sosial

(Aulia, 2025) Menurut Nurudin (2012), media sosial dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan fungsi dan bentuk interaksinya, yaitu sebagai berikut:

1. Collaborative Project Jenis media sosial yang memungkinkan pengguna bekerja sama dalam menghasilkan dan mengelola konten secara kolektif, seperti pada platform wiki dan social bookmarking.
2. Blogs and Microblogs Platform berbasis web yang menyediakan ruang bagi individu untuk mengekspresikan ide, gagasan, pengalaman, maupun aktivitas sehari-hari secara tertulis dalam bentuk blog atau unggahan singkat.
3. Content Communities Aplikasi yang difokuskan pada aktivitas berbagi konten visual dan audiovisual, seperti foto dan video, kepada khalayak tertentu, contohnya YouTube.
4. Social Networking Sites Media sosial yang memungkinkan pengguna membangun jejaring sosial melalui akun dan profil pribadi untuk

berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi dengan pengguna lain, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter.

5. Virtual Game Worlds Dunia permainan virtual yang melibatkan banyak pengguna secara bersamaan, di mana para pemain dapat berinteraksi dan bekerja sama dalam suatu lingkungan digital.
6. Virtual Social Worlds Aplikasi yang dirancang untuk mensimulasikan kehidupan sosial di dunia nyata dalam ruang virtual dengan dukungan teknologi internet.

#### **2.2.4 Fungsi Media Sosial**

(Aulia, 2025) Menurut Khuluq (2020), media sosial berfungsi sebagai sarana untuk menjalin dan mempertahankan hubungan antarindividu maupun kelompok dalam masyarakat, sehingga memungkinkan terjadinya interaksi yang dapat memperkuat relasi sosial. Keberadaan media sosial saat ini memiliki pengaruh yang signifikan karena telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Media sosial dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, seperti memperoleh dan menyebarkan informasi, menyampaikan pendapat dan pesan, membentuk opini publik, serta sebagai sarana hiburan. Beragam fungsi tersebut menjadikan media sosial sebagai media komunikasi yang efektif dan memiliki peran penting dalam membentuk pola interaksi sosial masyarakat modern.

### **2.3 Platform Media Sosial Instagram**

#### **2.3.1 Definisi Platform Media Sosial Instagram**

Instagram merupakan platform media sosial yang namanya berasal dari gabungan kata instan dan telegram. Istilah instan atau insta merujuk pada kemampuan menghasilkan dan membagikan gambar secara cepat, sebagaimana konsep kamera instan, sedangkan gram berasal dari kata telegram yang bermakna penyampaian informasi secara singkat dan cepat antarindividu (Agianto dkk., 2020). Secara konseptual, Instagram dirancang

sebagai platform berbasis visual yang memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video secara daring serta memperoleh respons secara langsung dari pengguna lain.

Menurut Bambang dalam (Dwi Atmoko, 2012), Instagram merupakan aplikasi media sosial berbasis smartphone yang memiliki kesamaan dengan Twitter dalam hal interaksi, namun menonjolkan konten visual sebagai karakteristik utamanya. Selain berfungsi sebagai sarana berbagi foto dan video, Instagram juga dimanfaatkan sebagai ruang ekspresi kreativitas, pencarian inspirasi, serta media interaksi sosial yang membangun komunikasi melalui representasi visual.

### **2.3.2 Fitur-Fitur Instagram**

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan pengguna mengambil, mengedit, dan membagikan foto maupun video dengan bantuan berbagai filter digital, serta menerima respons secara langsung dari pengguna lain. Platform ini dilengkapi dengan beragam fitur utama yang mendukung aktivitas berbagi konten dan interaksi sosial, antara lain:

1. Homepage

Beranda merupakan tampilan awal yang menyajikan linimasa unggahan terbaru dari akun yang diikuti, sehingga pengguna dapat memperoleh informasi dan konten terkini secara berkelanjutan.

2. Comments

Fitur komentar digunakan untuk menyampaikan pendapat, respons, atau ekspresi terhadap suatu unggahan, sekaligus menjadi sarana interaksi antar pengguna.

3. Explore

Fitur ini memungkinkan pengguna menemukan foto dan video populer atau relevan, termasuk dari akun yang tidak diikuti, berdasarkan sistem rekomendasi dan algoritma Instagram.

4. Profile

Halaman profil menampilkan identitas akun, jumlah unggahan, pengikut, serta akun yang diikuti, dan menjadi representasi personal pengguna di Instagram.

5. Feed

Fitur ini memudahkan pengguna memantau aktivitas terbaru dari akun yang diikuti, seperti unggahan, interaksi, dan pembaruan lainnya.

6. Story

Stories digunakan untuk membagikan foto atau video singkat yang bersifat sementara dan akan hilang secara otomatis setelah 24 jam.

7. Direct Message

Fitur pesan pribadi yang memungkinkan komunikasi langsung antar pengguna melalui teks, gambar, video, suara, maupun percakapan grup.

8. Highlight

Sorotan berfungsi untuk menyimpan dan menampilkan story tertentu secara permanen di profil akun.

9. Reels

Reels merupakan fitur video singkat yang bersifat permanen di feed atau profil, dilengkapi dengan berbagai efek, audio, dan alat kreatif untuk meningkatkan daya tarik konten.

Menurut Atmoko dalam Instagram Handbook, Instagram juga menyediakan fitur pendukung yang memperkuat pesan visual, yaitu:

1. Caption

Teks pendamping foto atau video yang berfungsi menjelaskan makna konten, menyampaikan pesan, serta mendorong interaksi pengguna

2. Hashtag

Pendanda topik tertentu yang membantu pengelompokan konten dan meningkatkan jangkauan unggahan

3. Geotag

Fitur penanda Lokasi yang memudahkan pengguna lain mengetahui tempat pengambilan konten.

Selain itu, Instagram memfasilitasi berbagai bentuk interaksi komunikasi social, antara lain :

1. Follow

Fitur ini mengikuti akun lain sehingga unggahan mereka muncul di beranda pengguna.

2. Like

Bentuk apresiasi terhadap konten yang ditampilkan melalui ikon hati sebagai respons positif

3. Comments

Sarana utama interaksi yang memungkinkan pengguna menyampaikan pendapat, kritik, atau apresiasi.

4. Mention

Fitur ini menyebut atau menandai akun lain dalam unggahan maupun komentar guna menarik perhatian atau melibatkan pengguna tertentu.

### **2.3.3 Komentar Audiens dan Interaksi Digital**

Komentar merupakan bentuk interaksi digital yang memungkinkan pengguna merespons konten secara terbuka. (Küchler dkk., 2023) menunjukkan bahwa kolom komentar di media sosial dapat berfungsi sebagai ruang diskusi publik, tempat pengguna saling bertukar pendapat, memberikan dukungan, maupun menyampaikan kritik terhadap suatu isu. Pada platform seperti Instagram, fitur komentar juga sering dimanfaatkan untuk mengekspresikan emosi, memperkuat rasa kebersamaan dalam kelompok, serta memperdebatkan berbagai makna atau pandangan yang muncul, termasuk dalam proses membangun posisi sosial di antara pengguna.

(Mittal dkk., 2022), menunjukkan bahwa interaksi di ruang digital sangat dipengaruhi oleh penyebaran emosi yang muncul dari konten dan respons pengguna dalam jaringan sosial. Paparan terhadap konten emosional dapat memengaruhi respons emosional pengguna lain melalui mekanisme penyebaran dalam jaringan digital, (Cinelli dkk., 2021) menjelaskan bahwa sistem algoritma pada platform media sosial cenderung mengutamakan konten dengan tingkat keterlibatan tinggi, termasuk konten yang bersifat emosional atau provokatif, sehingga dapat memperkuat dinamika percakapan yang terjadi di dalamnya.

Interaksi di ruang digital membentuk pola kebiasaan komunikasi yang memiliki aturan tidak tertulis, termasuk cara pengguna berbahasa dan berperilaku saat berinteraksi. Dalam konteks ini, kolom komentar tidak hanya berfungsi sebagai rangkaian teks, tetapi juga menjadi sarana partisipasi sosial-budaya yang menunjukkan cara seseorang menampilkan dirinya dan berhubungan dengan orang lain di ruang media sosial (Geber dkk., 2024). Interaksi dalam media sosial menunjukkan bahwa platform digital tidak hanya menjadi sarana pertukaran pesan, tetapi juga membentuk pola komunikasi yang bersifat partisipatif di antara pengguna. Melalui aktivitas seperti komentar dan respons terhadap unggahan, pengguna turut membangun keterlibatan sosial yang memengaruhi dinamika hubungan di ruang digital (Nugraha & Irwansyah, 2022).

Secara keseluruhan, komentar audiens di Instagram bukan hanya sebagai respons spontan, tetapi juga sebagai praktik sosial yang memuat interpretasi, penilaian, dan simbol-simbol yang mencerminkan budaya digital masyarakat.

## **2.4 Teori New Media**

Teori New Media merupakan gagasan yang dikemukakan oleh Pierre Lévy dalam karyanya *New Media: Theory and Application*, yang membahas dinamika perkembangan media dalam konteks teknologi digital (Lévy, 2001). Teori ini menekankan bahwa media baru tidak hanya dipahami sebagai kemajuan teknologi semata, tetapi juga sebagai perubahan dalam cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi secara sosial.

Pierre Lévy menjelaskan bahwa salah satu cara memahami media baru adalah melalui perspektif interaksi sosial, di mana perbedaan antar media dapat dilihat dari lingkungan komunikasi serta tingkat keterlibatan pengguna, baik secara langsung maupun melalui perantara teknologi. Dalam pandangannya, World Wide Web (WWW) merupakan bentuk komunikasi yang lebih interaktif karena memungkinkan terjadinya pertukaran informasi secara terbuka, fleksibel, dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Kondisi ini menjadikan komunikasi bersifat dinamis serta mendorong individu untuk memperoleh dan mengembangkan pengetahuan yang lebih luas.

Selain itu, Lévy juga menyoroti perspektif integrasi sosial, yaitu bagaimana media digunakan untuk menghubungkan individu dalam suatu komunitas yang memiliki kesamaan identitas dan kepentingan. Dalam perspektif ini, media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi dan interaksi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan ritual sosial dan struktur masyarakat digital (Feroza & Misnawati, 2020).

Teori media baru pada dasarnya bertujuan memanfaatkan media digital dan internet sebagai sarana penyebaran informasi yang bersifat interaktif dan partisipatif. Hal ini relevan dengan konten Instagram dan cara akun @mazzeah.media menggunakan media sosial sebagai medium untuk menyampaikan informasi sekaligus mendorong keterlibatan audiens. Media baru merupakan hasil integrasi antara komputer, teknologi informasi, dan jaringan digital yang melahirkan berbagai platform komunikasi modern (Wahid & Gunarto, 2022). Integrasi ini memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah bahkan multidirectional, berbeda dengan media konvensional yang cenderung bersifat satu arah dan minim partisipasi pengguna. Dengan demikian, media baru membuka ruang komunikasi virtual yang lebih terbuka, responsif, dan partisipatif dalam kehidupan masyarakat digital (Girsang & Kartikawangi, 2021).

## **2.5 Teori Semiotika Charles Sanders Peirce**

Komunikasi memiliki peranan fundamental dalam kehidupan manusia karena manusia pada hakikatnya merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup secara individual dan senantiasa membutuhkan interaksi dengan orang lain. Dalam konteks tersebut, kajian semiotika menjadi penting karena berfokus pada studi mengenai tanda-tanda yang digunakan dalam proses komunikasi. Semiotika berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda (*sign*), dan dipahami sebagai ilmu yang mengkaji sistem tanda beserta makna yang dikandungnya. Melalui analisis tanda, makna yang tersembunyi dalam suatu objek, teks, atau fenomena sosial dapat diungkap dan dipahami secara lebih mendalam (Ramadhani, 2025).

Kaelan (2017) menjelaskan bahwa perkembangan kajian semiotika melahirkan berbagai pendekatan teoretis yang dikemukakan oleh tokoh-tokoh seperti Ferdinand de Saussure, Charles Sanders Peirce, Roland Barthes, Umberto

Eco, dan John Fiske. Di antara tokoh-tokoh tersebut, Charles Sanders Peirce merupakan figur sentral dalam penelitian ini karena ia mengembangkan teori semiotika yang berlandaskan prinsip logika. Peirce berpendapat bahwa proses penalaran manusia sangat dipengaruhi oleh logika, dan sistem tanda merupakan cerminan dari proses berpikir tersebut (Laila Adisti Aulia dkk., 2025).

Menurut Soemargono (2019), dalam perspektif Peirce, semiotika tidak hanya terbatas pada bahasa dan kebudayaan, tetapi juga melekat pada seluruh peristiwa alam, suatu pandangan yang dikenal sebagai pansemiotik. Tanda memiliki sifat representatif karena berfungsi mewakili sesuatu bagi pihak lain, sementara proses interpretasinya bergantung pada pemahaman dan pengalaman individu yang menafsirkan tanda tersebut. Dengan demikian, tanda berperan sebagai sarana manusia dalam memaknai realitas kehidupan (Firmansyah, 2022).

Peirce (1958) menegaskan bahwa tanda tidak dapat berdiri sendiri, melainkan selalu berkaitan dengan objek yang diwakilinya serta interpretasi yang dihasilkan oleh penerima tanda. Tanpa keberadaan objek dan proses pemaknaan, tanda tidak akan memiliki arti. Dalam konteks komunikasi, bahasa merupakan salah satu sistem tanda utama yang digunakan manusia. Bahasa terdiri atas unsur penanda dan petanda, di mana penanda merujuk pada bentuk fisik yang dapat ditangkap oleh pancaindra, seperti bunyi, gambar, simbol, atau kata, sedangkan petanda berkaitan dengan konsep atau makna yang dihasilkan. Dalam teori Peirce, makna atau petanda tersebut merupakan hasil dari proses interpretasi yang disebut interpretant (Astuti & Abror, 2024).

Lebih lanjut, Charles Sanders Peirce mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang tanda dan segala aspek yang berkaitan dengannya. Ia membagi analisis semiotika ke dalam tiga unsur utama, yaitu sign (tanda), object (objek), dan interpretant (penafsiran), yang dikenal sebagai hubungan trikotomis. Proses pembentukan makna yang dimulai dari representasi tanda, merujuk pada objek, dan berakhir pada interpretasi disebut sebagai proses semiosis. Proses inilah yang menjadi dasar dalam memahami bagaimana makna dibentuk dan dipahami dalam komunikasi manusia.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu landasan penting dalam penyusunan penelitian karena berfungsi untuk mengidentifikasi perkembangan kajian, menemukan kesenjangan penelitian, serta memperjelas posisi dan kebaruan penelitian yang dilakukan. Melalui penelaahan terhadap berbagai penelitian yang relevan, peneliti dapat memahami persamaan dan perbedaan dari segi fokus kajian, objek penelitian, pendekatan, maupun teori yang digunakan.

| No. | Judul Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                            | Persamaan                                                                                                                           | Perbedaan                                                                                                                                                                                         | Kontribusi                                                                                                                                  |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Prismayanti, R., Zein, T. T., & Susilo, H. (2024). <i>Ikon, Indeks, dan Simbol dalam Meme di Instagram. Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah</i> , 14(2). DOI: 10.23969/literasi.v14i2.12043                                                              | Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan semiotika Charles Sanders Peirce serta mengkaji Instagram sebagai media penelitian. | Penelitian terdahulu menganalisis makna ikon, indeks, dan simbol pada meme akun @hai.dudu, sedangkan penelitian ini menelaah makna komentar audiens pada konten balap liar di akun @mazzeh.media. | Penelitian ini memperluas penggunaan semiotika Peirce dari analisis konten visual ke analisis makna dalam komentar audiens di media sosial. |
| 2   | Ramadhani, N. A. (2025). <i>Representasi Kritik Politik dalam Meme Kebijakan Presiden di Instagram (Analisis Semiotika Meme Kebijakan Presiden pada Akun Instagram @memecomic.id, @mrci.id, dan @pemiluland)</i> . Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang. | Sama-sama menerapkan pendekatan kualitatif dan semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengkaji fenomena komunikasi di Instagram.    | Penelitian terdahulu berfokus pada representasi kritik politik dalam meme, sedangkan penelitian ini mengkaji komentar audiens pada konten balap liar. Objek penelitian terdahulu berupa           | Penelitian ini menghadirkan perspektif baru dengan menempatkan komentar audiens sebagai sumber pemaknaan terhadap fenomena                  |

|  |  |  |                                                                                         |                             |
|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
|  |  |  | unggah meme, sementara penelitian ini menggunakan kolom komentar sebagai unit analisis. | balap liar di media sosial. |
|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil telaah terhadap penelitian terdahulu, ditemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan. Persamaan utama terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif dan penerapan teori semiotika Charles Sanders Peirce sebagai landasan untuk menafsirkan makna dari berbagai tanda dalam media sosial Instagram. Selain itu, seluruh penelitian sama-sama berfokus pada fenomena komunikasi digital yang berkembang di platform Instagram.

Meskipun demikian, terdapat beberapa perbedaan mendasar. Penelitian Prismayanti, Zein, dan Susilo (2024) berfokus pada analisis ikon, indeks, dan simbol dalam meme yang diunggah pada akun Instagram @hai.dudu. Sementara itu, penelitian Ramadhani (2025) mengkaji representasi kritik politik melalui unsur visual dan tekstual dalam meme kebijakan presiden yang diunggah pada akun @memecomic.id, @mrci.id, dan @pemiluland. Berbeda dengan kedua penelitian tersebut, penelitian ini menempatkan komentar audiens pada konten balap liar di akun Instagram @mazzeh.media sebagai unit analisis utama. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkaji makna yang terdapat pada konten yang diunggah, tetapi juga menelaah bagaimana audiens membangun, menafsirkan, dan mengekspresikan makna melalui interaksi di kolom komentar.

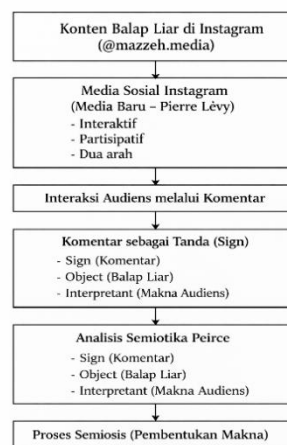
Perbedaan fokus dan unit analisis tersebut menunjukkan adanya ruang kajian yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian semiotika di media sosial.

## **2.7 Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini berangkat dari maraknya konten balap liar di Instagram, khususnya pada akun @mazzeh.media, yang memanfaatkan karakteristik media baru sebagai ruang komunikasi interaktif dan partisipatif. Melalui fitur komentar,

audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga berperan aktif dalam mengekspresikan opini, membentuk makna, serta menegosiasikan nilai dan norma sosial terhadap konten yang ditampilkan. Dalam perspektif Teori New Media Pierre Lévy, Instagram dipahami sebagai media digital yang memungkinkan terjadinya integrasi sosial dan interaksi simbolik secara terbuka, cepat, dan tidak dibatasi oleh ruang maupun waktu.

Komentar audiens pada konten balap liar dipahami sebagai teks sosial yang mengandung tanda-tanda komunikasi dan dianalisis menggunakan Teori Semiotika Charles Sanders Peirce melalui hubungan trikotomis sign, object, dan interpretant. Komentar diposisikan sebagai sign, konten balap liar sebagai object, dan pemaknaan audiens sebagai interpretant. Melalui proses semiosis, penelitian ini mengungkap makna yang muncul dalam komentar audiens, termasuk kecenderungan membenaran, glorifikasi, atau penolakan terhadap balap liar, yang selanjutnya berpotensi mendorong terjadinya normalisasi perilaku menyimpang di ruang digital.



**Gambar 1. 1** Kerangka Pemikiran