

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Sosial

Menurut Mcgraw Hill Dictionary, Media sosial merupakan alat yang dimanfaatkan oleh orang untuk berinteraksi sosial secara online untuk berbagi isi, berita, gambar, dan lainnya dengan orang lain.

Howard dan Parks (2012) mendefinisikan media sosial sebagai suatu ekosistem digital yang terdiri dari tiga komponen kunci. Pertama, adalah platform dan teknologi yang memfasilitasi interaksi sosial. Kedua, adalah konten yang dihasilkan dan dibagikan oleh pengguna, yang dapat berupa teks, gambar, video, atau bentuk lainnya. Ketiga, adalah komunitas pengguna yang aktif berpartisipasi dalam menciptakan dan mengonsumsi konten.

Menurut Nasrullah (2015), media sosial merupakan wadah digital yang memfasilitasi interaksi sosial antar individu. Melalui platform ini, pengguna dapat membangun relasi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan menciptakan komunitas virtual. Secara umum, aktivitas bersosial di media sosial dapat dikategorikan menjadi tiga aspek utama, yakni pengenalan, komunikasi, dan kerja sama.

Sedangkan menurut peneliti, Media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain. Platform ini tidak hanya memungkinkan kita untuk terhubung dengan orang-orang yang kita kenal, tetapi juga memungkinkan kita untuk menemukan komunitas baru dan ide-ide baru. Namun, penggunaan media sosial juga memiliki dampak yang kompleks, baik positif maupun negatif, terhadap kehidupan sosial, psikologis, dan bahkan politik.

2.2 mikroblog

Mikroblogging, juga dikenal sebagai mikroblog, adalah kombinasi blog dan pesan instan di mana pengguna dapat menulis pesan dengan jumlah kurang dari 300 karakter dengan memasukkan gambar, video, audio, GIF, infografis, dan tautan. Konten yang dirancang bertujuan untuk berinteraksi dengan pembaca agar mudah memahami dengan cepat dikenal sebagai mikroblogging.

Menurut Java (2007), Mikroblogging, juga dikenal sebagai mikroblog, memungkinkan pengguna untuk menulis pesan singkat dan pendek dan mempelajari berbagai informasi bermanfaat, seperti informasi penting, nasihat, dan trik.

Menurut Syaifudin (20013), mikroblog merupakan bentuk konten yang memuat informasi singkat dari suatu topik. mikroblog adalah suatu jenis blog yang dapat memungkinkan penggunanya untuk menulis teks suatu topik atau pembahasan yang singkat dan mempublikasikannya untuk dilihat semua orang atau kelompok tertentu melalui media sosial internet.

Mikroblogging memberikan alat komunikasi yang memungkinkan pengguna membagikan dan menyebarkan informasi seperti aktivitas, status, dan pendapat. Mikroblog adalah metode baru untuk menyampaikan pesan di media sosial yang berbeda dari blog tradisional, yang biasanya membuat tulisan yang panjang dan detail, yang terkadang membuat orang bosan untuk membacanya.

2.3 Instagram

Menurut Atmoko (2012:10) Instagram adalah aplikasi media sosial untuk smartphone yang berfungsi sebagai media digital. Ini melakukan hal yang sama

dengan twitter, tetapi memungkinkan pengguna mengambil foto dalam format tertentu untuk dibagikan. Instagram mungkin dapat menginspirasi penggunanya untuk lebih kreatif karena memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, artistik, dan lebih baik.

Menurut Kevin Systrom dan Mike Krieger dalam sejarah Instagram, mereka merupakan mahasiswa pascasarjana dari Universitas Stanford di Amerika Serikat. Pada Oktober 2010, mereka meluncurkan Instagram. Per Januari 2013, Instagram sebuah aplikasi smartphone yang memiliki lebih dari 100 juta pengguna dan mendapat popularitas dengan waktu yang cepat. Jumlah pengguna Instagram mencapai ratusan juta hanya dalam waktu tiga tahun. Karena pada saat itu Instagram memiliki tujuan sebagai aplikasi yang dapat membagikan gambar dan berita atau informasi melalui visual.

Instagram adalah aplikasi yang populer untuk mengunggah dan berbagi foto serta video secara daring. Fitur unggulannya adalah filter yang memungkinkan pengguna untuk mengedit foto agar terlihat lebih menarik. Selain itu, Instagram juga menyediakan berbagai fitur interaktif seperti stories, reels, dan direct message untuk mempermudah komunikasi antar pengguna.

Instagram adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara sosial melalui foto dan video. Untuk dapat berpartisipasi aktif di Instagram, pengguna perlu membuat akun dan mengikuti akun pengguna lain. Fitur likes dan komentar merupakan mekanisme utama dalam membangun interaksi di Instagram. Semakin banyak likes dan komentar yang diperoleh, semakin tinggi pula engagement atau keterlibatan pengguna pada suatu postingan.

Menurut Atmoko (2012:28). Aplikasi instagram mempunyai lima fitur utama, yaitu :

1. halaman utama, yang berisi video dari pengguna lain dan foto yang telah diikuti. Dengan menggeser layar ke bawah, pengguna dapat melihat konten-konten selanjutnya.

2. Komentar (Comments): Pengguna lain dapat memberikan komentar pada foto atau video yang diunggah di Instagram melalui kolom komentar yang disediakan pada bagian bawah setiap konten..

3. Eksplorasi (Explore): Bagian ini menampilkan kumpulan konten populer yang mendapatkan banyak like atau dibagikan dari pengguna lain di Instagram.

4. Profil (Profile): Halaman profil pengguna berisi informasi tentang mereka.

5. Berita Terkini (News Feed): Fitur ini menyampaikan notifikasi tentang berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

Selain itu, agar konten foto atau video yang diunggah lebih bermakna, Atmoko menyarankan beberapa elemen yang harus disertakan untuk menarik perhatian pengguna, seperti:

1. Judul (Caption): Judul atau caption dapat membantu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan melalui foto untuk memberikan konteks atau pesan tambahan.

2. Tanda Pagar (Hashtag): Tanda pagar, yang ditunjukkan dengan simbol "#", membantu pengguna menemukan foto atau video yang terkategori.

3. Lokasi foto ditunjukkan dengan fitur lokasi. Untuk memberikan tanda jika foto itu diambil di lokasi tersebut. Instagram bukan hanya platform untuk berbagi foto, tetapi

juga merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan pengguna dengan yang lain.

Berbagai aktivitas yang dapat diimplementasikan di Instagram termasuk:

1. Follow

Follow atau mengikuti, memungkinkan pengguna untuk mengikuti atau berteman dengan orang lain dengan mengikuti akun mereka.

2. Like

Like, sebagai bentuk pengguna untuk menyukai video atau foto yang telah diunggah oleh pengguna dengan menekan tombol bentuk hati di bagian bawah postingan atau dengan menekan dua kali pada foto.

3. Comment

Comment, memungkinkan pengguna mengomentari video atau foto yang telah diunggah.

4. Instagram Stories

yang dimodifikasi dari aplikasi Snapchat Stories, pengguna dapat mengunggah foto dan video potrait yang akan hilang setelah 24 jam.

2.4 Kesehatan

Menurut situs web resmi Organisasi Kesehatan Dunia, kata "sehat" mengacu pada hak setiap orang atas kondisi tubuh yang sehat atau kesehatan, yang harus dijunjung tinggi dan dipatuhi oleh negara-negara tanpa memandang agama, suku, latar belakang politik, ekonomi, atau status sosial mereka.

Menurut Dwi Widyaningsih dan Dwi Suharyanta, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendefinisikan "sehat" sebagai suatu kondisi atau keadaan yang sepenuhnya sehat secara mental, fisik, dan sosial, bukan hanya bebas dari penyakit atau kecacatan.

Berdasarkan definisi WHO sebelumnya, Heru Nurcahyo mengatakan bahwa kesehatan fisik terdiri dari beberapa elemen yang tidak terlepas dari kesehatan tubuh manusia:

1. Kesehatan fisik: adalah Situasi di mana organ tubuh dan manusia berfungsi dengan baik. Dikatakan sehat jika seseorang tidak mengalami sakit atau gejala apa pun dan mereka tidak terlihat sakit secara luar biasa yang terlihat dari luar.

2. Kesehatan mental: Kesehatan mental adalah kondisi yang terkait dengan tiga bagian jiwa manusia, yaitu:

1. Cara berpikir adalah tanda pikiran yang sehat atau jalan pikiran seseorang yang dapat mencerna suatu emosi dengan baik.

2. Perasaan yang sehat terlihat dari cara seseorang meluapkan emosi dan perasaannya dengan normal.

3. Kesehatan spiritual terlihat dari cara seseorang meluapkan rasa nikmat, sanjungan, kepercayaan, dan hal-hal lainnya.

3. Kesehatan Sosial

Kesehatan sosial terwujud ketika individu mampu berinteraksi secara harmonis tanpa memandang latar belakang sosial, budaya, atau fisik, sehingga tercipta hubungan yang saling menghormati, toleran, dan menjunjung tinggi persatuan. Kesehatan sosial yang baik akan menciptakan lingkungan yang inklusif

dan mendukung bagi semua anggota masyarakat. Tingkat efisiensi fungsional makhluk hidup dikenal sebagai kesehatannya. Kesehatan pada manusia didefinisikan sebagai kondisi umum tubuh dan pikiran manusia yang bebas dari penyakit dan kelainan. Dengan demikian, kesehatan didefinisikan sebagai kondisi seseorang yang normal dan sesuai dengan seharusnya.

2.5 Olahraga

Cholik Mutohir mengatakan olahraga adalah proses sistematis yang terdiri dari sejumlah kegiatan yang dapat membantu pertumbuhan dan pengembangan potensi jasmaniah dan rohaniah seseorang. Selain itu, olahraga memiliki ideologi yang kuat dan konsisten yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan manusia melalui permainan dan pertandingan yang didasarkan pada negara dan Pancasila.

Menurut Dewan Olahraga Eropa, Dewan Olahraga Eropa mendefinisikan olahraga sebagai segala bentuk aktivitas fisik yang dilakukan untuk meningkatkan kesehatan fisik dan mental, baik secara individu maupun kelompok. Olahraga dapat dilakukan secara spontan atau terorganisir, bahkan dalam kompetisi. Selain itu, olahraga juga menjadi sarana untuk bersosialisasi, membangun relasi, dan mengembangkan karakter individu. Melalui olahraga, kita dapat belajar tentang kerja sama, sportivitas, disiplin, dan juga meningkatkan kesehatan mental seperti mengurangi stres dan meningkatkan kepercayaan diri. Coles dan Jones (1997) mendefinisikan olahraga sebagai suatu kegiatan yang menggabungkan tiga komponen utama: aktivitas fisik, elemen permainan (kompetisi), dan struktur organisasi. Dalam

olahraga, individu atau kelompok berusaha untuk mengatasi tantangan, baik yang berasal dari alam, lawan tanding, maupun dari dalam diri mereka sendiri.

Menurut Edward (1973), konsep dasar olahraga berakar pada aktivitas bermain. Beliau mengidentifikasi tiga tahapan perkembangan, yaitu bermain, permainan, dan olahraga. Bermain, sebagai tahap awal, memiliki karakteristik yang khas seperti bersifat individual, repetitif, bebas dari aturan baku, dan tidak berorientasi pada tujuan. Permainan, sebagai tahap lanjutan, mulai memperkenalkan elemen kompetisi, di mana hasil permainan ditentukan oleh kombinasi antara keterampilan fisik, strategi, dan faktor keberuntungan.

2.6 Basis Teori

Teori New Media

Dennis McQuail menciptakan teori New Media. Dia menyatakan bahwa media baru memiliki banyak manfaat untuk setiap karakter dan sifat yang ada di mana pun, interkoneksi, akses terhadap individu, dan interaktivitas. Salah satu jenis media baru adalah internet, yang menciptakan kehidupan di seluruh dunia; media sosial, di sisi lain, memungkinkan kita berkomunikasi tanpa batas waktu dan tempat. Peneliti menganggap teori ini sejalan dengan penggunaan media sosial sebagai media baru.

Paul Levinson (2009) mengemukakan jika media ini bukan hanya sebagai alat untuk menyebarkan informasi melainkan juga alat yang memiliki tujuan untuk menyampaikan kandungan media dan menyediakan kemudahan interaksi antara penulis dan pembaca. Berdasarkan paparan tersebut, teori new media relevan dengan

analisis isi pada media sosial instagram sebagai salah satu media baru dan peneliti berfokus pada karakteristik pesan bukan efek pengguna atau audiens atau yang lain.

Pesan Informatif

Menurut Deddy Mulyana (2007), komunikasi informatif adalah cara untuk menyampaikan informasi baru kepada seseorang atau kelompok orang, Karena komunikasi hanya mengetahui, teknik ini berdampak pada kognitif. Metode informatif ini umum, menggunakan komunikasi satu arah, seperti komunikasi cetak dan elektronik. Media massa sering menggunakan pendekatan informatif asosiasi, yang menempatkan pesan pada objek atau peristiwa yang menarik perhatian khalayak.

Menurut Onong Uchjana Effendy, terdapat sifat-sifat khusus yang melekat pada pesan yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Berikut adalah beberapa karakteristik pesan informatif:

a. Berdasarkan Fakta: Pesan yang disampaikan harus berdasarkan fakta, dimaksudkan pesan tersebut bukanlah kepalsuan atau rekayasa. Fakta di sini merujuk pada informasi yang dapat diverifikasi kebenarannya, sehingga penerima pesan dapat mempercayainya dan menjadikannya sebagai dasar untuk pengambilan keputusan.

b. Langsung dan Jelas: Komunikasi informatif yang baik ditandai dengan penyampaian pesan yang jelas, ringkas, dan mudah dipahami. Dengan demikian, risiko terjadinya kesalahpahaman dapat diminimalisir. Hal ini sangat penting dalam menyampaikan suatu informasi, seperti ketika memberitakan suatu peristiwa maka setiap kata harus memiliki arti yang jelas dan mudah dipahami oleh semua orang.

c. Terperinci: Informasi yang disampaikan harus lengkap, mencakup semua poin penting yang perlu diketahui oleh komunikan. Dengan demikian, pesan tersebut disampaikan secara rinci, sehingga penerima pesan mendapatkan gambaran yang lengkap dan komprehensif mengenai topik yang dibahas.

d. Bertujuan Memberikan Informasi: pesan informatif ingin memberikan manfaat bagi penerima pesan dengan cara menambah pengetahuan atau wawasan baru. Dengan demikian, pembaca dapat mengambil keputusan yang lebih baik berdasarkan informasi yang diperoleh. Pesan ini diharapkan dapat membantu penerima pesan untuk memahami suatu topik dengan lebih baik, memperluas pengetahuan mereka, dan mungkin juga membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik.

Peneliti meyakini bahwa teori media baru berkaitan dengan keberadaan dan pemanfaatan media sosial sebagai media informasi karena media sosial dianggap sebagai media baru. Pada akhirnya, teori media baru ini akan digunakan sebagai dasar untuk membuktikan bahwa media sosial saat ini mampu memungkinkan individu atau kelompok untuk memperoleh informasi baru atau menyampaikan informasi. Menurut Denis McQuail dikutip dari buku Teori Komunikasi Massa, karakteristik utama media baru seperti Jaringan, interaktivitas, akses ke kelompok, sasaran individu sebagai penerima dan pengirim pesan, dan penggunaan beragam sebagai karakter terbuka. Berdasarkan penjelasan tersebut, teori ini relevan untuk menganalisis karakteristik pesan karena media sosial ialah salah satu media baru yang dapat menyampaikan pesan informatif.

2.6 Penelitian Terdahulu

Dalam menjalankan penelitian mengenai analisis isi mikroblog dalam instagram. Data penelitian terdahulu sangat membantu peneliti dalam mencari referensi dan pengembangan dalam penelitian ini, dan dapat mencari perbedaan dan perbandingan dengan data penelitian terdahulu secara singkat. Sehingga peneliti dapat mengetahui bahwa penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu.

Tabel 1 penelitian terdahulu

Nama peneliti	Judul Penelitian	Teori yang digunakan	Hasil Penelitian
Khairina Nur Afifah	mikroblog Pada Instagram sebagai Media Informasi Pengembangan Diri (Analisis Isi pada Akun Instagram @satupersenofficial)	Analisis isi	Di dalam tampilan mikroblog Instagram @satupersenofficial terdapat elemen desain visual, termasuk tipografi yang digunakan dalam teks mikroblog. Setiap postingan mikroblog memiliki tanda-tanda, seperti logo Satu Persen-Indonesia Life School di kanan atas dan hastag yang disesuaikan dengan isi mikroblog. Ilustrasi mikroblog dapat digunakan untuk menggambarkan masalah yang

			<p>relevan dengan topik yang diangkat. Untuk mikroblog, warna merah, biru, kuning, ungu, dan coklat digunakan. Meningkatkan pengetahuan diri, meningkatkan bakat, meningkatkan kemampuan sosial, meningkatkan kemampuan, dan meningkatkan kualitas hidup adalah enam topik yang dibahas.</p>
<p>Perbedaan : Perbedaan penelitian terletak pada tujuan penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Khairina Nur Afifah bertujuan mikroblog pada Instagram sebagai media informasi pengembangan diri melalui akun Instagram @satupersenofficial. Sedangkan dalam penelitian ini mikroblog pada Instagram berfokus sebagai media informasi kesehatan dan olahraga.</p>			
<p>Syindi Oktaviani R. Tolinggi</p>	<p>mikroblog Pada Instagram Sebagai Inovasi Media Pembelajaran Bahasa Arab</p>	<p>Content Analysis</p>	<p>Instagram sebagai mikroblog dapat menarik siswa untuk belajar bahasa Arab, karena desain visual setiap postingan lebih kreatif dan inventif, termasuk warna, teks, dan gambar tambahan. seperti yang ditunjukkan oleh postingan mikroblog dari akun instagram</p>

			berikut: @nahwu_pedia, @kursus_arab_ala zhar, @dr.nahwu, @bahasa.arabku, dan @arabicquantum. Instagram, yang selama ini hanya dikenal sebagai platform untuk mengunggah foto dan video, sekarang dapat digunakan oleh semua orang yang berbicara bahasa Arab di mana pun.
Perbedaan : Pada penelitian yang dilakukan oleh Syindi Oktaviani R. Tolinggi bertujuan sebagai media inovasi pembelajaran bahasa arab melalui mikroblog pada instagram dan menganalisa lima akun instagram yang berisi informasi mengenai pembelajaran bahasa arab. Sedangkan penelitian ini bertujuan sebagai media informasi kesehatan dan olahraga melalui mikroblog pada instagram dan hanya menganalisa satu akun instagram yaitu @sportex.id dengan penelitian analisis isi dan pendekatan kualitatif.			