

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Teknologi Komunikasi

Kemampuan memecahkan masalah melalui penerapan berbagai perangkat teknis, termasuk perangkat lunak dan perangkat keras komputer, dikenal dengan istilah teknologi (Nurdiana, 2016). Pengetahuan ini diperlukan untuk pengoperasian peralatan teknis yang efisien dan efektif (Andani, Ninghardjanti, & Susantiningrum, 2020). Menurut Munir teknologi pada dasarnya adalah alat untuk mencapai tujuan penciptaan barang dan jasa yang bernilai. Sedangkan menurut Kadir, teknologi mencakup perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan untuk melakukan operasi pemrosesan data, seperti penangkapan, transmisi, penyimpanan, pengambilan, manipulasi, dan pengumpulan data.

Selain itu, komunikasi adalah transfer informasi dari satu lokasi ke lokasi lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, dan grafik, serta ucapan dan tulisan persuasif. Ini termasuk transfer ide, emosi, kemampuan, dan sebagainya. Tindakan penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain biasanya melalui media yang terkena gangguan disebut komunikasi (Pertiwi, 2017). Komunikasi yang disengaja dan transformatif diperlukan dalam definisi ini. Kemampuan mengumpulkan, memproses, dan bertukar informasi dengan individu lain dimungkinkan oleh teknologi komunikasi, yang dikemukakan Everett M. Rogers dilihat sebagai perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial (Kurnia N. , Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru : Implikasi terhadap Ilmu Komunikasi, 2005).

Dalam manajemen logistik, teknologi komunikasi mengacu pada suatu sistem yang memungkinkan orang-orang di dunia modern untuk berkomunikasi satu sama lain melalui panca indera. Perubahan dalam industri komunikasi dipengaruhi langsung oleh kemajuan teknologi. Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat beberapa ciri-ciri teknologi komunikasi: (Kurnia N. , Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru : Implikasi terhadap Teori Komunikasi, 2005)

a) Teknologi komunikasi berkaitan dengan perangkat keras

- b) Teknologi komunikasi hadir pada struktur ekonomi, sosial, politik, dan lain-lain
- c) Teknologi komunikasi membawa nilai-nilai tertentu dari struktur yang tertera di atas
- d) Teknologi komunikasi berkaitan dengan perangkat keras di bidang komunikasi.

Dari hadirnya teknologi komunikasi, tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangannya berjalan sangat pesat. Hal ini memungkinkan karena masyarakat global kita telah berkembang ke tahap masyarakat informasi. Data kini menjadi hal mendasar dalam masyarakat informasi saat ini. Beberapa indikator masyarakat informasi terlihat dari hal ini, antara lain: (Kurnia N. , Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru : Implikasi terhadap Teori Komunikasi, 2005)

- a) *Technological* adalah masyarakat informasi secara teknologi bergantung pada inovasi teknologi yang terus berkembang.
- b) Pendidikan, komunikasi, media, mesin, layanan, dan aktivitas informasi lainnya akan membentuk industri informasi dalam masyarakat informasi, menurut teori ekonomi.
- c) Pergeseran pekerjaan dalam masyarakat informasi berdampak pada ketersediaan dan permintaan pekerja di lapangan.
 - 1) *Spatial* adalah masyarakat informasi yang bersifat spasial adalah masyarakat yang terhubung dengan lokasi dan mempunyai akses terhadap informasi. Selain itu, hal ini mengubah struktur ruang dan waktu.
 - 2) *Cultural* adalah perubahan dalam sirkulasi budaya dan masyarakat sehari-hari merupakan bagian dari kehidupan budaya dalam masyarakat informasi saat ini.

Teknologi informasi lebih fokus pada data itu sendiri, sedangkan teknologi komunikasi fokus pada bagaimana data dapat didistribusikan dan disampaikan. Komputer dan perangkat lainnya seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi mendorong pesatnya perkembangan teknologi informasi. Kemajuan teknologi elektronik, sistem transmisi, dan sistem modulasi mendorong pesatnya perkembangan teknologi komunikasi sehingga memungkinkan penyampaian informasi secara tepat dan cepat.

Perkembangan teknologi komunikasi telah menjadikan mustahil bagi masyarakat masa kini untuk berfungsi secara terisolasi satu sama lain. Gagasan ini mendasari bahwa manusia memerlukan kontak sosial. Ada berbagai macam format komunikasi

yang secara luas berkaitan dengan kehidupan budaya, termasuk komunikasi lintas budaya. Perluasan interaksi dan komunikasi manusia melampaui batasan lokasi fisik dan waktu adalah bidang penting lainnya dimana kemajuan teknologi telah memberikan dampak yang signifikan. Selama masyarakat dan organisasi mampu berkomunikasi secara efektif satu sama lain, maka fungsi komunikasi sebagai penggerak interaksi sosial dapat tumbuh dalam seluruh aspek kehidupan masyarakat.

Perkembangan teknologi komunikasi berkaitan erat dengan transformasi sosial yang lebih luas. Dalam kaitannya dengan kemajuan ilmu pengetahuan, pertumbuhan teknologi komunikasi berkaitan langsung dengan semua bidang interdisipliner, khususnya sebagai alat untuk lebih memahami dan berbagi informasi untuk kepentingan masyarakat. Terdapat kesepakatan yang berkembang bahwa teknologi komunikasi memiliki eksistensinya sendiri yang berbeda dan objektif dimana hal tersebut terus berkembang untuk memenuhi tuntutan manusia.

Dalam perkembangan media, teknologi komunikasi adalah pemain utamanya. Teknologi telah merasuki setiap aspek kehidupan manusia, sehingga tindakan manusia tidak dapat dipisahkan dari alat dan media komunikasi. Manusia semakin memerlukan untuk berkomunikasi satu sama lain melalui berbagai bentuk teknologi media baru. Kebanyakan orang memikirkan media massa dan media elektronik ketika memikirkan media. Di sisi lain, media jejaring sosial di dunia maya masih terhitung muda namun popularitasnya berkembang pesat. Di era digital saat ini, masyarakat dapat menyuarakan pendapat dan berbagi cerita melalui berbagai bentuk media baru.

2. Media Sosial

Di banyak belahan dunia, media sosial kini dianggap sebagai sesuatu yang mutlak harus dimiliki. Dalam memerangi gelombang globalisasi saat ini, media sosial adalah hal yang terpenting karena banyaknya informasi dan layanan yang ditawarkan. Dalam memerangi gelombang globalisasi saat ini, media sosial adalah hal yang terpenting karena banyaknya informasi dan layanan yang ditawarkan. Kata "media sosial" sendiri merupakan gabungan dari kata "media" dan "sosial". Salah satu pandangan tentang media adalah bahwa media bentuk komunikasi yang dapat diakses secara universal. Selain itu pula, kata latin "*socius*" yang berarti "tumbuh, berkembang dalam hidup bersama" adalah asal kata "*social*" dalam bahasa Inggris.

Web 2.0 adalah ideologi dan serangkaian teknologi yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi konten secara online. Aplikasi ini secara kolektif disebut sebagai “media sosial” oleh (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial mengacu pada platform online seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual tempat pengguna dapat terlibat, berbagi, dan membuat konten. Sederhananya, media sosial adalah platform online yang memungkinkan siapa saja membuat akun dan kemudian berinteraksi dengan orang lain melalui berbagi konten dan pertukaran ide. Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, dan Twitter sebagai platform media sosial teratas (Fahrimal, 2018)

Sepanjang evolusinya, media sosial telah mengalami kemajuan yang signifikan setiap tahunnya. Media sosial seperti yang kita kenal sekarang dimulai pada tahun 1970-an. Pada tahun itulah sistem papan buletin dikembangkan yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan mengunduh perangkat lunak, serta berkomunikasi satu sama lain melalui surat elektronik. Selanjutnya, layanan hosting web ditawarkan oleh situs GeoCities pada tahun 1995. Banyak situs web lain yang dapat menelusuri asal usulnya hingga munculnya GeoCities. Situs web 2.0 seperti Sixdegree.com dan Classmatahyes.com adalah pelopor dalam perkembangan teknologi informasi. Sekitar waktu yang sama dari tahun 1997 hingga 1999, blogger yaitu sebuah situs web dimana pengguna dapat membuat blog sendiri muncul. Beberapa platform media sosial lainnya, yang masing-masing memiliki fitur dan manfaat uniknya sendiri, seperti Facebook, LinkedIn, Twitter, MySpace, Google+, dan masih banyak lagi, muncul pada tahun 2003, mengikuti popularitas Friendster yang fenomenal dan booming pada tahun 2002. Hingga saat ini, media sosial sangat kompetitif dalam hal penambahan fitur baru dan menarik. Menurut Cahyono (2016), Instagram, Facebook, YouTube, dan WhatsApp merupakan empat platform media sosial teratas saat ini.

Ketika pertama kali muncul secara online, media sosial hanyalah sebuah cara bagi orang-orang untuk berbicara satu sama lain. Di masa lalu, orang-orang menggunakan media sosial terutama untuk mengobrol online dan berbagi informasi serta hiburan. Namun, hal ini hanya akan terjadi sampai media sosial berevolusi untuk menyertakan lebih banyak alat yang menarik lebih banyak pengguna. Saat ini, ada banyak alasan mengapa semua orang menggunakan media sosial, termasuk berdagang, beriklan, belajar, dan mempromosikan produk dan layanan. Selain itu, ada platform media sosial

seperti YouTube dan Facebook tempat kita bisa mendapatkan uang hanya dengan mempublikasikan konten kita. Perubahan dalam komunikasi dan bidang kehidupan lainnya sangat dipengaruhi oleh kehadiran media sosial sehingga menjadi lebih efektif.

Sederhananya, media sosial adalah platform yang memfasilitasi interaksi sosial online antar pengguna tanpa memandang lokasi fisik, waktu, atau batasan fisik lainnya. Berikut beberapa ciri-ciri media sosial: (Gustam, 2015)

- 1) Pesan yang disampaikan bisa ke berbagai khalayak dan tidak ada pengecualian.
- 2) Tidak adanya batasan dalam menyampaikan pesan.
- 3) Pesan disampaikan cenderung lebih cepat.
- 4) Komunikatif yang menentukan berapa lama durasi interaksi.

Jika dibandingkan dengan bentuk media lainnya, media sosial menonjol karena fitur-fiturnya yang unik. Media sosial mempunyai ciri-ciri: (Kurnia, Johan, & Rullyana, 2018)

- a) Jaringan (*Network*) merupakan sistem yang memungkinkan perangkat berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi tidak dapat berlangsung tanpa jaringan ini.
- b) Informasi (*information*) Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa media sosial memungkinkan kita membangun identitas individu, menghasilkan konten, dan terlibat dalam interaksi berbasis data.
- c) Arsip (*Archive*) menunjukkan bahwa data yang diterima telah disimpan dan dapat diakses dari perangkat apa pun, kapan pun.
- d) Interaksi (*Interactivity*) terbentuknya hubungan antar pengguna, dengan tujuan lebih dari sekedar meningkatkan jumlah pengikut.
- e) Simulasi Sosial (*Simulation of Society*) merupakan mengharuskan penggunanya memenuhi dua persyaratan. Pengguna harus mengakses akun media sosialnya terlebih dahulu. Kedua, pengguna mengontrol cara orang tersebut menampilkan dirinya di lingkungan virtual.
- f) Konten oleh pengguna (*User-Generated Content*) adalah materi di mana pemegang akun atau pengguna mempunyai opsi untuk berpartisipasi secara aktif.

Ada enam cara mengklasifikasikan sharing di media sosial, seperti yang dikemukakan oleh Nasrullah (2015):

- 1) Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Pengguna sering memanfaatkan media ini untuk menjalin hubungan sosial dan persahabatan. Dalam setting virtual ini, pengguna lama dan baru dapat saling bertemu.

2) Jurnal *Online* (Blog)

Blog adalah media yang kerap kali digunakan oleh penggunanya dalam mengunggah aktivitas sehari-hari, berkomentar, serta saling memberikan informasi atau pun hal lainnya

3) Jurnal Online Sederhana atau *Microblog*

Jenis media ini memungkinkan pengguna untuk berbagi berbagai bentuk konten audio, video, dan gambar.

4) Media Berbagi (*Media Sharing*)

Jenis media ini memungkinkan pengguna untuk berbagi berbagai bentuk konten audio, video, dan gambar.

5) Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Sebuah subset dari media sosial, "*bookmark sosial*" memfasilitasi berbagi, menyimpan, mengatur, dan mengambil sumber daya berbasis web.

6) Media Konten Bersama atau Wiki

Wiki adalah situs web yang menyediakan informasi tentang kata atau frasa tertentu kepada pengunjungnya dalam bentuk definisi, konteks sejarah, dan terkadang bahkan tautan ke buku atau situs web terkait. Yang penting, klarifikasi ini diberikan oleh para tamu. Artinya setiap orang yang mengunjungi situs tersebut membantu mengisinya.

Media sosial memiliki kualifikasi tersendiri dari pada dengan media lainnya yaitu:

1) Proyek Kolaborasi

Sebagai contoh, dalam beberapa bentuk media atau sistem, seperti Yahoo!, kita dapat merasakan dan mengalami upaya kolaboratif. Di sini, pengunjung situs web memiliki wewenang untuk mengedit, menambah, atau menghapus konten sesuai keinginan mereka. Wikipedia adalah salah satu contohnya.

2) *Blog* dan *Microblog*

Di sini, website memberikan kesempatan kepada setiap orang untuk bebas menggunakan aplikasi atau website online. Postingan blog dapat mencakup narasi pribadi, analisis kritis, dan rekomendasi kebijakan dari sudut pandang pengguna. Katakanlah, misalnya, Twitter.

3) Konten

Situs web yang menggunakan strategi media sosial ini, seperti YouTube, menampilkan beragam konten dalam upaya menarik pemirsa dan mendorong mereka untuk membagikannya.

4) Situs jejaring sosial

Aktivitas dalam suatu aplikasi dapat dilakukan di jejaring sosial seperti manajemen aplikasi; misalnya, pada aplikasi yang memungkinkan pengguna melihat dan berbagi media seperti foto. Ambil Instagram dan Line sebagai contoh.

5) *Virtual Game Word*

Ketika kita berbicara tentang dunia maya, banyak orang memikirkan cara untuk memanfaatkannya. Salah satu caranya adalah dengan membuat konfigurasi layar berkualitas tinggi yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan layar virtual sekaligus merasakan suasana dunia nyata. Ambil contoh penggunaan game online.

6) *Virtual Social Word*

Dalam lingkungan online yang memberikan kesan bahwa seseorang benar-benar ada di dalamnya. Sangat mirip dengan permainan kata online multipemain. Di sisi lain, seperti yang terlihat dalam Second Life, kata-kata sosial virtual lebih terbuka dan berorientasi pada kehidupan (Junawan and Laugu 2020).

3. *New Media*

Digitalisasi dan meluasnya penggunaan berbagai teknologi komunikasi oleh pribadi telah memunculkan istilah "media baru" (McQuail 2011:48). Berbagai inovasi dalam bentuk media lama memunculkan bentuk-bentuk media baru ketika bentuk-bentuk tersebut menjadi usang karena kemajuan teknologi. Alih-alih menghilang begitu saja, bentuk media tradisional seperti buku, film, dan televisi mengalami metamorfosis menjadi bentuk media baru. Media yang menggabungkan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan secara digital biasa disebut sebagai media baru. Penggunaan bentuk-bentuk media baru ini, yang berada di bawah payung teknologi komunikasi terapan yang terus berkembang, dimulai pada tahun 1960an (Hidayanti & Yahya, 2017).

Menurut Flew, media baru menekankan pada data terpadu dan gabungan format konten media, seperti teks digital, audio, gambar, dan video. Jaringan yang terhubung ke internet digunakan untuk distribusi. Di zaman modern ini, media komunikasi jenis

baru mudah diakses melalui jaringan internet (Setiawan dan Darmastuti 2021). Banyak aspek yang diliput oleh media baru. Pertama-tama, sebagai kebiasaan bersenang-senang, bersantai, dan konsumsi media. Kedua, kebangkitan media baru telah memunculkan representasi masyarakat virtual baru di dunia. Ketiga, ini adalah cara baru masyarakat berinteraksi dengan teknologi media. Keempat, ini adalah perspektif baru tentang identitas, komunitas, dan presentasi diri sendiri. Yang terakhir adalah gagasan tentang bagaimana teknologi media berinteraksi secara biologis dengan tubuh manusia. Pastimoa, Mandaru, dan Aslam (2022) menyimpulkan bahwa hal tersebut mencakup hal-hal berikut: budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

Media baru memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Berfungsi menyajikan arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses dimana saja dan kapan saja. Sehingga memudahkan seseorang memperoleh sesuatu yang dicari atau dibutuhkan yang biasanya harus mencari langsung dari tempat sumber informasinya.
2. Sebagai media transaksi jual beli. Kemudahan memesan produk melalui fasilitas internet ataupun menghubungi customer service.
3. Sebagai media hiburan. Contohnya: game online, jejaring sosial, streaming video, dan lain sebagainya.
4. Sebagai media komunikasi yang efisien. Penggunaanya dapat berkomunikasi dengan siapapun tanpa terkendala jarak dan waktu, bahkan dapat melakukan video conference.
5. Sebagai sarana pendidikan dengan adanya e-book yang mudah dan praktis. Bagi mahasiswa dan pelajar penyampaian materi pembelajaran dapat diseragamkan, proses pembelajaran menjadi jelas dan menarik, lebih interaktif, efisiensi waktu dan tenaga, memungkinkan proses belajar bisa dilakukan dimana saja dan mengubah peran guru ke arah yang lebih positif dan produktif.

Ketika berbicara tentang media baru, tidak cukup hanya menjembatani kesenjangan antara batas-batas ruang komunikasi publik dan privat. Konten dan penerapan media ini dapat diterapkan secara luas baik pada sektor publik maupun swasta.

4. Aplikasi Instagram

Aplikasi Instagram hanya berguna jika mengetahui cara kerjanya secara umum. Arti asli kata "insta" adalah "instan", mirip dengan nama kamera foto instan populer buatan Polaroid pada tahun 1950 an dan 1960 an. Instagram juga memiliki kemampuan untuk menampilkan foto secara instan, seperti halnya Polaroid. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang berarti sarana komunikasi yang cepat dengan orang lain. Instagram adalah gabungan dari "instan" dan "telegram" karena alasan itu. Berkat kemampuan Instagram dalam mengunggah foto melalui Internet, pesan yang ingin Anda kirimkan dapat diterima dengan cepat.

Salah satu cara internet berkembang adalah melalui Instagram. Bisa dibilang Instagram merupakan salah satu platform media sosial terpopuler di dunia saat ini. Pengguna aplikasi media sosial Instagram dapat mengambil gambar dan video, memodifikasinya dengan filter digital untuk menambahkan efek, dan kemudian membagikan hasilnya di Instagram dan platform lainnya. Sebuah penelitian dilakukan oleh Wahana pada tahun 2019.

Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan pengguna instagram setiap tahunnya. Menurut laporan *Napoleon Cat (Engage and Support Customers on Social Media)* yaitu pada akhir tahun 2021 yang lalu pengguna Instagram mencapai 92.527.400. Apabila kita kilas balik ke tahun 2020 yang lalu, tercatat pada akhir tahun 2020 terdapat 83.770.000 pengguna (Instagram users in Indonesia, 2021). Dari data tersebut, dapat kita simpulkan bahwa pengguna Instagram akan semakin bertambah seiring berjalannya waktu.

Berbeda dengan gambar yang diambil dengan kamera masa kini yang biasanya berbentuk persegi panjang atau rasio 16:9, foto Instagram berbentuk persegi, mengingatkan pada produk Kodak Instamatic dan foto Polaroid. Pada awalnya, Instagram eksklusif untuk perangkat iOS. Ini termasuk iPhone, iPad, dan iPod Touch. Setelah itu, pada bulan April 2012, fitur Instagram mulai diintegrasikan dengan kamera ponsel Android, sehingga memungkinkan pengguna Android untuk mulai berbagi foto di Instagram (Latief 2018).

Setelah memposting foto atau video, pengguna lain yang mengikuti akan melihatnya di feed mereka. Mirip dengan sistem pengikut dan pengikut Twitter, sistem pertemanan Instagram menggunakan kata-kata ini. Seorang pengguna disebut

pengikut jika ia diikuti oleh, dan seorang pengguna disebut pengikut jika ia diikuti oleh pengguna lain. Selain itu, pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dengan memberi komentar dan menyukai foto yang dibagikan (Mahendra, 2017)

Menurut Atmoko (2012), lima menu utama aplikasi Instagram dapat ditemukan di bagian bawah layar:

1. *Home Page*

Anda dapat melihat timeline postingan foto terbaru dari orang yang Anda ikuti di halaman utama.

2. *Search*

Untuk memudahkan pencarian foto populer atau akun pengguna lainnya.

3. *Camera*

Dari menu ini, pengguna dapat dengan cepat mengambil foto dan video, lalu menambahkannya ke Instagram dan menerapkan banyak filter pada aplikasi.

4. *Profile*

Informasi pribadi tentang diri kami dan pengguna lain dapat ditemukan dengan sangat rinci di halaman profil kami.

5. *News Feed*

Pengguna Instagram kini dapat melihat notifikasi untuk berbagai tindakan dengan fitur ini. Instagram merupakan media sosial yang berbeda dengan yang lainnya, seperti Twitter, Facebook, Youtube, dan lain-lain. Instagram yang kita kenal identik dengan mengunggah sebuah foto ataupun video dari para penggunanya.

Selain itu, semenjak Instagram hadir pada tahun 2010 yang lalu, tentunya kini instagram memiliki fitur-fitur yang lebih lengkap dan tentunya lebih menarik. Fitur-fitur tersebut antara lain: (Soraya, 2017)

1. *Followers* (Pengikut)

Pada sistem instagram dengan mengikuti pengguna lainnya maka komunikasi antar sesama penggunanya dapat terjalin. Hal ini dapat kita lihat dengan adanya pengguna lain memberikan tanda suka maupun komentar pada postingan yang telah kita unggah.

2. *Upload Foto*

Instagram merupakan media sosial untuk mengunggah serta berbagi konten terhadap pengguna lainnya. Baik foto maupun video, dapat diunggah melalui kamera perangkat ataupun yang berada di foto album perangkat tersebut.

3. Kamera

Pada instagram, Foto yang telah diambil sebelumnya dapat disimpan ke dalam perangkat smartphone yang kita pakai. Selain itu tidak hanya sekedar kamera, instagram juga dapat dipakai untuk edit dengan menggunakan efek-efek yang ada untuk mengatur warna foto yang diinginkan.

4. *Caption*

Caption adalah sebuah penjelasan yang bertujuan dalam membentuk karakter atau pesan yang ingin disampaikan pengguna.

5. *Mention*

Fitur instagram ini bertujuan untuk ini untuk menambah atau untuk memanggil pengguna akun instagram yang lainnya lain dengan cara memasukkan nama akun Instagram tersebut disertai menambah tanda (@) pada sebelum nama penggunanya.

6. *Hashtag*

Simbol "#" digunakan untuk menunjukkan hashtag. Pengguna Instagram juga dapat memanfaatkan fitur ini untuk menemukan foto tertentu yang mereka cari di platform.

7. *Geotagging* (Lokasi)

Fitur ini dapat memperlihatkan posisi atau lokasi ketika mengambil suatu foto maupun video. Jejaring Sosial

8. Jejaring Sosial

Sebagai sebuah layanan, Instagram juga memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk membagikan postingannya ke platform media sosial lainnya.

9. *Like* (Tanda Suka)

Jumlah suka yang diterima sebuah foto menunjukkan berapa banyak pengguna lain yang menganggap foto tersebut menarik. Foto yang mendapat banyak suka akan segera mulai muncul di halaman populer pengguna lain di Instagram.

10. *Explore*

Di tab Jelajahi Instagram terdapat banyak foto populer yang menarik perhatian pengguna Instagram lainnya. Jelajahi menggunakan algoritma untuk menentukan foto mana yang akan ditampilkan.

11. Instagram *Stories*

Fitur Instagram *Stories* memungkinkan pengguna berbagi video atau foto pendek dengan mudah dengan antarmuka sederhana. Satu Instagram story hanya bisa ditampilkan maksimal 15 detik menggunakan fungsi ini. Setelah itu akan otomatis terhapus setelah 24 jam.

12. *Live*

Pengguna Instagram dapat memperlihatkan suatu aktivitas atau pun situasi tertentu kepada para pengikutnya dengan disiarkan secara langsung. Saat pengguna sedang live, penonton dapat memberikan feedback berupa berkomentar ataupun memberikan tanda like.

13. *Carousel*

Dalam fitur instagram yang ini, pengguna dapat memperluas ataupun memperbanyak konten yang diunggah dalam satu postingan. Baik foto maupun video, *carousel* memberikan maksimal hingga 10 postingan yang dapat diunggah.

14. *Bookmark* (Simpan)

Pada instagram dikarenakan tidak terdapatnya fitur untuk mengunduh, maka pengguna hanya dapat menyimpan konten yang dipilih. Dari konten yang disimpan, pengguna dapat melihat postingan tersebut di lain waktu.

15. Instagram *Stories Archive* dan *Highlight*

Seiring berkembangnya fitur-fitur, kini pada instagram *stories* hadir dengan adanya fitur arsip. Fitur ini bertujuan untuk menyembunyikan postingan yang telah diunggah ke dalam arsip pribadi. Dan ketika sewaktu-waktu mau menampilkan kembali dapat pula mengembalikannya lagi.

Kemudian fitur *story highlight* adalah fitur yang dapat mengumpulkan cerita yang telah atau pun sedang diunggah ke dalam space baru di profil. *Story highlight* ini akan ditampilkan dengan cara horizontal di profil Instagram.

16. *Face Filter*

Pengguna Instagram dan media sosial lainnya sudah tidak asing lagi dengan fitur filter wajah. Instagram Stories kini memiliki fitur yang sebelumnya hanya tersedia di

Snapchat: filter wajah. Saat kamera diarahkan ke wajah seseorang, filter ini menghasilkan efek lucu, khas, dan menarik.

Tentu saja, ada sejumlah kelebihan dan kekurangan Instagram sebagai platform media sosial publik. Menurut Mahendra (2017), berikut beberapa kelebihan dan kekurangan Instagram:

Kelebihan Instagram:

1) Mudah digunakan

Karena kemudahan penggunaannya, Instagram menjadi platform media populer dengan sangat cepat. Menggunakan hashtag memudahkan untuk memposting media, mengikuti pengguna lain, berkomentar, menyukai, dan mencari konten tertentu.

2) Media utama berupa foto

Sebagai platform media sosial terkemuka untuk postingan foto, kami membentuk media ini untuk menyampaikan tampilan dan kualitas foto berkualitas tinggi. Instagram terutama menarik bagi pengguna karena sifat visualnya.

3) Koneksi dengan media sosial yang lain

Instagram memiliki kemudahan tersendiri bagi penggunanya berkat koneksi yang diberikannya dengan beberapa platform media sosial. Kapan pun Anda tidak sering memposting ke platform media sosial lain, dapat menyimpannya.

Kekurangan Instagram:

1) Spamming

Karena kemudahan penggunaan dan penekanan pada interaksi media sosial, Instagram siap menerima spam. Spam di area komentar adalah hal yang biasa. Namun, kami dapat menghindari hal ini dengan menyetel akun kami ke pribadi, sehingga hanya beberapa orang terpilih yang dapat mengomentari kiriman tersebut.

2) Tidak adanya penyaring konten

Instagram telah mempermudah siapa pun untuk mendaftar akun. Hal ini menjadikan Instagram target utama bagi mereka yang ingin menyebarkan konten berbahaya.

5. Konten *Microblog*

Microblog adalah sebuah postingan blog yang dimaksudkan untuk dibagikan di instagram dan platform media sosial lainnya. Salah satu jenis alat komunikasi online adalah *microblog*, dimana pengguna dapat memposting pembaruan tentang pemikiran

dan tindakan mereka, serta pendapat mereka mengenai objek atau peristiwa tertentu. *Microblog* adalah jenis blog baru yang memfasilitasi publikasi online artikel singkat (seringkali antara 140 dan 200 karakter) yang mungkin menyertakan gambar atau tidak. Anda dapat mengirim postingan melalui pesan instan, email, atau pesan teks, dan juga dapat diedit dan diakses secara online.

Penulis *microblog* sering menggunakan widget untuk menampilkan postingan mereka di situs web lain. *Microblogging* memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam interaksi real-time melalui berbagai perangkat, aplikasi, dan teknologi. Karena *microblog* pada akhirnya memuaskan keresahan pengguna akan informasi yang lebih cepat melalui ponsel pintar, maka hal tersebut dapat diartikan sebagai sebuah istilah untuk era baru dalam dunia blogging. Semakin banyaknya orang yang memiliki ponsel pintar menjadi buktinya. Seperti yang diharapkan, konten *microblog* menjadi semakin populer di media sosial karena kemampuannya memberikan informasi dengan cepat. Postingan *microblog* akan ringkas, terstruktur dengan baik, dan mudah dipahami.

Microblog yang masih dalam tahap awal adalah jenis blogging dimana pengguna menulis narasi singkat (seringkali kurang dari 200 karakter) tentang kehidupan mereka dan kemudian berkomunikasi dengan teman dan keluarga melalui berbagai sarana elektronik seperti web, pesan instan (IM), email, atau pesan teks. Banyak platform media sosial, termasuk Instagram, memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam *microblog*. Pengguna dapat menyebarkan dan bertukar informasi mengenai kegiatan, pendapat, dan lainnya melalui *microblog* (Java, 2007:1).

Munculnya *microblog* menandai era baru dalam sejarah blog, karena *microblog* memenuhi permintaan pengguna yang menginginkan informasi instan melalui perangkat seluler mereka. Dengan semakin banyaknya orang yang menggunakan ponsel pintar, tidak mengherankan jika konten *microblog* bermunculan di media sosial sebagai cara untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Isi *microblog* ringkas, terstruktur dengan baik, dan mudah dipahami. Pasalnya Instagram menyediakan fitur carousel (slideshow atau upload 10 foto). Hanya dengan menavigasi rangkaian konten dengan jari mereka, pengguna dapat melihat konten buatan pengguna.

Fitur-fitur tersebut memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri secara kreatif, yang pada akhirnya mendorong terciptanya konten informatif di Instagram, seperti *microblog*, yang tidak terbatas pada foto. Konten *microblog* tersebut berbentuk

pendek yang bertujuan untuk memberikan informasi singkat serta padat pada pengguna instagram lainnya. Konten ini sering kali dibuat kreatif dengan berisikan desain grafis, foto, video, teks, maupun audio. Konten *microblog* merupakan konten yang cukup disukai karena membuat para pengguna instagram dapat lebih mudah memahami. Hal ini terlebih pada orang yang tidak suka membaca tulisan terlalu panjang seperti artikel. Selain itu, *microblog* memiliki keunggulan lain yaitu: (Rahmalia, 2021)

1) Konten lebih mudah dibuat

Microblog pada instagram tentunya berbeda dengan artikel blog yang memiliki tulisan lebih panjang. Dengan *microblog*, pesan yang ingin kita sampaikan dapat secara sederhana untuk disampaikan dan tidak perlu panjang lebar. Dengan begitu, orang yang membuat konten tersebut dapat melanjutkan kembali dengan produktif dalam membuat konten lain.

2) Cocok untuk informasi *time-sensitive*

Microblog adalah sebuah informasi dari konten yang dimana para pembacanya dapat dengan cepat atau menerima dari pesan yang dimaksud. Sehingga, apabila hendak memberikan informasi tersebut pun saat itu juga, dapat dimengerti pula tentunya pada pengguna instagram lainnya. Terlebih, apabila informasi tersebut bersifat darurat atau segera. Maka *microblog* merupakan pilihan yang terbaik.

3) Komunikasi secara langsung

Selain dapat berbagi informasi dengan lebih lebih cepat dari pada blog tradisional, pengguna instagram juga dapat langsung memberikan *feedback* berupa respon dan masukan lebih mudah. Adanya kolom komentar pada sebuah postingan akan sangat memudahkan tentunya bagi pembuat konten dalam mengetahui tanggapan dari pembaca *microblog*.

B. Basis Teori yang Digunakan

1. Teori *New Media*

Pierre Lévy memperkenalkan sebuah teori yang dikenal sebagai teori media baru. Menurutnya, teori ini berfokus pada bagaimana media terus berkembang dan bertransformasi seiring dengan perubahan teknologi dan sosial budaya. Evolusi media menjadi salah satu konsep sentral dalam teori ini, di mana media tidak hanya dilihat sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana yang mempengaruhi

cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Media baru tidak dapat dipahami hanya sebagai perkembangan teknologi, melainkan sebagai proses transformasi yang mendalam dalam struktur sosial dan budaya. Dalam konteks penelitian ini, teori Lévy memberikan kerangka untuk memahami bagaimana Instagram sebagai platform media baru dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi, terutama melalui penggunaan konten microblog yang interaktif dan partisipatif (Herlina, 2017).

Ada dua aliran pemikiran utama dalam teori media baru yang diuraikan oleh Lévy. Aliran pemikiran pertama disebut sebagai interaksi sosial, yang menekankan pentingnya memahami media berdasarkan sejauh mana media tersebut mampu meniru atau mendekati interaksi tatap muka secara langsung. Dalam hal ini, media baru dilihat sebagai sarana untuk memperkecil jarak antara komunikasi virtual dan komunikasi nyata. Interaksi yang dihasilkan melalui media sosial seperti Instagram memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam komunikasi dua arah, bahkan dalam konteks edukasi dan penyebaran informasi, seperti yang diteliti dalam akun @tulimendongeng. Ini menunjukkan bagaimana platform media baru dapat menjadi sarana yang efektif untuk mendekati orang, termasuk kelompok-kelompok marjinal seperti teman Tuli, melalui konten yang informatif dan mudah diakses (Kurniawan, 2018).

Aliran pemikiran kedua dalam teori ini adalah perspektif integrasi sosial, di mana media dipandang bukan hanya sebagai alat untuk menyampaikan informasi atau berinteraksi, tetapi sebagai bagian dari ritual sosial. Media, dalam pandangan ini, berfungsi sebagai sarana untuk membangun dan memperkuat kohesi sosial dalam masyarakat. Dengan kata lain, media membantu membentuk identitas kolektif dan mendukung proses sosial dalam membangun komunitas. Dalam konteks penelitian ini, konten microblog di Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat edukasi, tetapi juga sebagai ritual di mana komunitas @tulimendongeng berusaha menciptakan ruang yang inklusif dan mendukung integrasi sosial melalui bahasa isyarat. Hal ini selaras dengan pandangan Lévy bahwa media baru bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medium untuk menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan terbuka terhadap perbedaan (Putri & Pratama, 2020).

C. Penelitian Terdahulu

Khairina Nur Afifah melakukan penelitian mengenai popularitas *microblog* Instagram dengan judul “*Microblog* di Instagram sebagai media informasi pengembangan diri” dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian tersebut, berisikan tentang menganalisis *microblog* @satupersenoofficial dalam upaya menggali informasi tentang pengembangan diri. Peningkatan kesadaran diri, pengetahuan diri, bakat, kemampuan dan potensi diri, kemampuan sosial, dan kualitas hidup merupakan enam tema yang tercakup dalam informasi *microblog* @satupersenoofficial tentang pengembangan diri, demikian kesimpulan penelitian.

Ada persamaan antara penelitian Khairina dengan penelitian yang ingin peneliti lakukan, yaitu mengkaji *microblog*. Sebaliknya, penelitian saya lebih fokus pada pendidikan dan informasi, sedangkan penelitian Khairina lebih fokus pada pengembangan diri.

Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit juga melakukan penelitian dengan judul serupa: “Media sosial Instagram sebagai media informasi pendidikan parenting.” Pendekatan studi fenomenologis digunakan dalam metode kualitatif. Temuan dari penelitian ini berkaitan dengan konten pendidikan parenting yang dibagikan melalui akun @parentalk.id, yang dapat berupa gambar, video, atau interaktif. Ibu-ibu muda yang mengikuti pembicaraan tersebut cenderung memberikan respon yang positif.

Penelitian ini serupa dengan penelitian yang ingin saya lakukan yang akan fokus pada media informasi pendidikan. Namun, penelitian saya terutama akan berpusat pada konten *microblog* terkait teman tuli.