

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti meneliti penelitian terdahulu yang dapat digunakan penulis sebagai referensi saat melakukan penelitiannya sendiri. Hal ini dapat memberikan wawasan tambahan tentang teori yang akan digunakan dalam meninjau penelitian. Peneliti tidak menemukan penelitian yang terkait dengan tema dan pokok bahasan yang telah diteliti oleh peneliti dengan judul **“Efektivitas Platform Instagram @Rum.poen Terhadap Tingkat Edukasi Isu Gender Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik” (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2020)**

Dari berbagai judul penelitian yang digunakan oleh peneliti sebelumnya, banyak penelitian yang sangat mirip dengan penelitian penulis untuk tugas akhir skripsi. Beberapa dari penelitian tersebut digunakan sebagai acuan untuk penulisan ini, di antaranya:

1. Jurnal Pendidikan, Sosiologi, dan Antropologi "Pemahaman Gender Melalui Media Sosial" karya Indah Marlina mengeksplorasi peran media sosial sebagai media untuk mempromosikan kesadaran gender. Jurnal ini membahas jenis konten yang membantu menyampaikan pemahaman gender di ruang digital dan tindakan yang terlibat dalam pembelajaran tentang gender. Literasi digital disorot sebagai alat utama untuk memanfaatkan informasi dan pendidikan di media sosial. Pengembangan literasi digital,

sebagaimana dirujuk dari Douglas A.J. Belshaw oleh Tim Penyusun Materi Pendukung Literasi Digital, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2017), menekankan delapan aspek mendasar: kultural, kognitif, konstruktif, komunikatif, percaya diri, kreatif, kritis, dan tanggung jawab sosial. Jurnal ini mencatat bahwa konten yang ditemukan di platform seperti Laki-laki Baru dan Indonesia Feminis mencerminkan diskusi dasar tentang perdebatan lama tentang kesetaraan gender. Media sosial berfungsi sebagai tempat yang mudah diakses dan cepat untuk membahas isu-isu ini, namun penulis mengamati sejumlah besar umpan balik negatif mengenai gerakan feminis, yang menunjukkan bahwa bahkan di era digital, beberapa argumen menggemakan argumen dari gelombang pertama feminisme. Media sosial menghadirkan cara alternatif untuk menyebarluaskan pemahaman gender secara luas dan cepat. Oleh karena itu, penyedia platform harus menawarkan konteks historis atau sumber literasi, sementara pengguna didorong untuk meningkatkan literasi mereka sendiri terkait isu-isu yang disajikan di platform tersebut (Marlina, 2018).

2. Jurnal Riset Sosial dan Teknologi (SOSTECH) menampilkan sebuah studi berjudul "Pengaruh Penggunaan Informasi Perspektif Gender oleh Instagram @Magdeline bagi Pengikut." Penelitian ini menyelidiki peran media sosial dalam mempromosikan pemahaman gender, jenis konten yang memfasilitasi pemahaman ini di ruang digital, dan tindakan langsung yang terlibat dalam pembelajaran tentang gender. Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai sumber daya yang berharga untuk mengakses berbagai informasi. Namun, sangat penting bahwa literasi digital

dilengkapi dengan pengetahuan tentang sejarah feminisme dan kesetaraan gender. Media sosial juga menawarkan titik awal yang menjanjikan untuk menyebarluaskan pemahaman gender dengan cepat. Oleh karena itu, penyedia platform harus menyediakan konteks historis dan sumber daya literasi, sementara pengguna didorong untuk meningkatkan literasi mereka sendiri terkait isu-isu yang disajikan di platform ini (Syifa Syauqiyah et al., 2023).

3. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat memuat kajian yang ditulis oleh Tri Yuliningsih dan Anggi Prihatiningsih berjudul "Efektivitas Twitter sebagai Media untuk Bersuara bagi Korban Kekerasan Berbasis Gender." Kajian ini menyoroti maraknya kasus kekerasan berbasis gender, dengan jumlah kasus meningkat signifikan setiap tahunnya, bahkan sering kali dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Penyelesaian kasus-kasus ini kerap kali sulit karena minimnya laporan dan kesaksian, terutama dari korban sendiri, yang kerap kali kesulitan untuk berbicara tentang pengalaman mereka. Banyak yang memilih untuk bungkam dan sulit mengungkapkan tekanan psikologis mereka. Namun, platform media sosial seperti Twitter menawarkan ruang bagi para korban untuk berbagi cerita tanpa takut dibungkam. Kajian ini mengevaluasi efektivitas Twitter sebagai media bagi korban kekerasan berbasis gender yang merasa tidak memiliki suara. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, kajian ini bertujuan untuk mengumpulkan data objektif guna menilai apakah Twitter efektif membantu para korban dalam mengekspresikan diri. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa Twitter memang merupakan platform yang

efektif bagi para korban kekerasan berbasis gender untuk menyuarakan pengalaman mereka (Yuliningsih et al., 2022).

4. Jurnal penelitian berjudul "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sehatsurabayaku Sebagai Media Informasi Vaksinasi Covid-19 Bagi Masyarakat Kota Surabaya" karya Yusni Nur Aini dan Edy Sudaryanto ini mengkaji efektivitas akun Instagram @sehatsurabayaku dalam memberikan informasi seputar vaksinasi Covid-19 kepada masyarakat Surabaya. Penelitian ini menggunakan teori Efektivitas Komunikasi yang dikembangkan oleh Andre Hardjana, yang meliputi enam indikator, yaitu penerima komunikasi, isi pesan, ketepatan waktu, media komunikasi, format pesan, dan sumber pesan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Random Sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada para pengikut akun Instagram @sehatsurabayaku. Analisis dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan menggunakan perangkat lunak SPSS Versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @sehatsurabayaku memiliki tingkat efektivitas sebesar 86,87% yang termasuk dalam kategori sangat efektif. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa @sehatsurabayaku merupakan platform yang efektif dalam menyebarluaskan informasi vaksinasi Covid-19 kepada masyarakat Surabaya. (Aini & Sudaryanto, 2023)
5. Jurnal penelitian Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat memuat sebuah penelitian yang dilakukan oleh Afira Triaputri dan Pudji Muljono yang berjudul "Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar sebagai Media

Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau." Penelitian ini mengupas bagaimana Instagram muncul sebagai salah satu platform media sosial paling populer saat ini. PT Infosumar Media Kreasi memanfaatkan tren ini dengan memanfaatkan Instagram untuk berbagi informasi tentang sejarah dan budaya lokal, khususnya warisan budaya Minangkabau di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas akun Instagram @infosumar dalam menyebarkan informasi ini. Penelitian ini meneliti hubungan antara paparan pengikut terhadap Instagram dan efektivitas akun, dengan fokus pada dampak pesan komunikasi pada aspek kognitif, afektif, dan konatif audiensnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menggunakan survei dan observasi untuk mengumpulkan data kuantitatif, dilengkapi dengan wawasan kualitatif dari wawancara mendalam. Analisis data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan uji korelasi, dengan responden dipilih secara purposive sampling. Temuan penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara tingkat paparan pengikut terhadap akun @infosumar dengan efektivitas akun dalam domain kognitif, afektif, dan konatif (Triaputri & Muljono, 2022).

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Judul	Paham Gender Melalui Media Sosial
Penulis / Tahun	Inda Marlina / 2018
Metode Penelitian	Kualitatif
Tujuan Penelitian	Studi ini berupaya mengidentifikasi peran media sosial sebagai platform untuk mempromosikan kesadaran gender, jenis konten yang berkontribusi pada pemahaman gender di ruang digital, dan tindakan

	spesifik yang terlibat dalam pembelajaran tentang gender.
Kesimpulan	Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa media sosial berfungsi sebagai pintu gerbang yang berharga untuk mengakses berbagai informasi. Namun, penting untuk menyeimbangkan literasi digital dengan pemahaman tentang sejarah feminisme dan kesetaraan gender. Media sosial juga menawarkan jalan yang menjanjikan untuk menyebarkan kesadaran gender dengan cepat. Oleh karena itu, penyedia platform harus memasok konteks historis dan sumber daya pendidikan. Selain itu, pengguna harus meningkatkan literasi mereka sendiri mengenai masalah yang disajikan pada platform ini.
Perbedaan	Penelitian ini mengeksplorasi pemahaman gender melalui platform utama seperti Facebook, Twitter, blog, dan portal berita, menggunakan wawancara dan analisis mendalam.
Persamaan	Penelitian ini sama-sama membahas mengenai pemahaman edukasi isu gender melalui sosial media
Kontribusi	Kontribusi penelitian ini terhadap peneliti adalah peneliti mendapat gambaran mengenai latar belakang pengaruh platform media sosial terhadap pengguna platform media sosial tersebut terkait penyebaran pemahaman serta edukasi gender.
Judul	Pengaruh Penggunaan Instagram @Magdeline Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berperspektif Gender Bagi Followers
Penulis / Tahun	Nistrina Syifa Syauiyah, Siti Nurbayani, Acep Supriadi / 2023
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menghitung pengaruh akun Instagram @Magdeline terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berperspektif gender pada followers.
Kesimpulan	Studi ini menyimpulkan bahwa akun Instagram @MagDeline secara positif mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi perspektif gender. Temuan ini didasarkan pada analisis regresi linier sederhana yang menghasilkan nilai signifikansi 0,000, yang kurang dari

	0,05, bersama dengan koefisien penentuan 0,339. Ini menunjukkan bahwa Instagram menyumbang 33,9% dari kebutuhan informasi pengikutnya.
Perbedaan	Perbedaan penelitian ini adalah dari objek yang diteliti yaitu akun Instagram @Magdeline, dan teknik pengolahan data yang menggunakan analisis regresi linear.
Persamaan	Penelitian ini membahas mengenai seberapa besar pengaruh platform media sosial mengenai gender pada pengikutnya,
Kontribusi	Penelitian ini berkontribusi dalam memberikan gambaran metode penelitian yaitu kuantitatif untuk menjawab pengaruh antar variabel, serta gambaran teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan instrument pertanyaan yang mengacu pada efektivitas.
Judul	Efektivitas Twitter Sebagai Media Speak Up Korban Kekerasan Berbasis Gender
Penulis / Tahun	Tri Yuliningsih, Anggi Prihatiningsih / 2022
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang objektif dan menghasilkan argumen yang dapat digeneralisasikan besarnya efektivitas platform media sosial twitter
Kesimpulan	Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Twitter adalah platform yang efektif bagi para korban kekerasan berbasis gender untuk menyuarakan pengalaman mereka. Ini didukung oleh hasil kuesioner dan analisis regresi linier yang dilakukan dengan menggunakan SPSS. Tingkat efektivitas Twitter sebagai media untuk berbicara tentang kekerasan berbasis gender adalah 62,8%, dengan Twitter berfungsi sebagai variabel independen dan tindakan berbicara sebagai variabel dependen.
Perbedaan	Perbedaan dari penelitian ini meneliti seberapa besar efektivitas platform media sosial twitter sebagai objeknya. Penelitian ini menggunakan pengolahan data

	regresi linear, serta responden dari penelitian ini adalah mahasiswa korban kekerasan berbasis gender.
Persamaan	Penelitian ini menghitung besarnya efektivitas suatu platform media sosial (new media) dalam isu gender menggunakan teknik pengumpulan data sebar kuesioner dengan instrument penelitian untuk mendapatkan data yang akan diuji yang kemudian menjawab hipotesis.
Kontribusi	Kontribusi penelitian ini terhadap peneliti adalah peneliti mendapat gambaran mengenai permasalahan isu gender yang terjadi seperti sub-ordinasi, marginalisasi, beban ganda, stereotipe dan kekerasan. Penelitian ini juga memberikan insight untuk menentukan responden penelitian dengan kriteria atau pertimbangan tertentu.

Judul	Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sehatsurabayaku Sebagai Media Informasi Vaksinasi Covid-19 Masyarakat Kota Surabaya
Penulis / Tahun	Yusni Nur Aini, Edy Sudaryanto / 2023
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa tingkat efektivitas komunikasi akun Instagram @sehatsurabayaku sebagai media informasi vaksinasi Covid-19 masyarakat Kota Surabaya
Kesimpulan	Kesimpulan dari penelitian ini mengungkapkan nilai persentase untuk enam indikator efektivitas komunikasi. Indikator pertama, penerima, mencetak 87,8%, menunjukkan itu sangat efektif. Indikator kedua, konten pesan, mencapai 89,8%, juga dianggap sangat efektif. Indikator ketiga, media komunikasi, menerima 88,7%, menandainya juga sangat efektif. Indikator keempat, format pesan, mencetak 86,5%, mengkategorikannya sebagai sangat efektif. Indikator kelima, sumber pesan, mencapai 89,7%, dianggap sangat efektif. Terakhir, indikator keenam, waktu, menerima skor 80%, yang dianggap efektif. Hasil ini menunjukkan bahwa akun Instagram @sehatsurabayaku berfungsi sebagai media yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi vaksinasi COVID-19 kepada orang-orang di Kota Surabaya.

Perbedaan	Perbedaan dari penelitian ini meneliti seberapa besar efektivitas platform media Instagram @sehatsurabayaku sebagai objeknya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data One sample t-test guna menjawab rumusan masalah pada penelitian tersebut. Indikator prosentase efektivitas yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada standar ukuran efektivitas menurut Rahmat Kriyanto.
Persamaan	Penelitian ini menghitung besarnya efektivitas suatu platform media sosial (new media) dengan mengacu pada indikator efektivitas komunikasi menurut Andre Harjana yang terdiri dari 6 indikator yakni penerima komunikasi, isi pesan, ketepatan waktu, media komunikasi, format pesan, beserta sumber pesan.
Kontribusi	Kontribusi penelitian ini terhadap peneliti adalah membantu peneliti dalam menentukan indikator efektivitas komunikasi, yaitu menurut Andre Harjana yang terdiri dari 6 indikator yakni penerima komunikasi, isi pesan, ketepatan waktu, media komunikasi, format pesan, beserta sumber pesan.
Judul	Efektivitas Akun Instagram @Infosumbar sebagai Media Penyebaran Informasi Sejarah dan Budaya Minangkabau
Penulis / Tahun	Afira Triaputri, Pudji Muljono / 2022
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas akun Instagram @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau dengan menghubungkan variabel terpaan pengguna Instagram dengan tingkat efektivitas Instagram yang dilihat dari efek komunikasi.
Kesimpulan	Tingkat efektivitas akun Instagram @infosumbar dalam domain kognitif, afektif, dan konatif untuk sebagian besar responden termasuk dalam kategori tinggi. Ini karena fakta bahwa posting dari @Infosumbar tidak hanya meningkatkan pengetahuan responden tetapi juga memasukkan informasi yang sudah mereka kenal. Selain itu, responden menyatakan kepuasan dengan konten yang dibagikan oleh @infosumbar dan menunjukkan keinginan untuk secara aktif terlibat dalam pelestarian dan promosi budaya Minang. Akibatnya, hasil penelitian

	menunjukkan hubungan yang signifikan antara tingkat keterlibatan dengan akun Instagram dan efektivitasnya dalam aspek kognitif, afektif, dan konatif.
Perbedaan	Penelitian ini menganalisa efektivitas akun Instagram dengan objek @infosumbar sebagai media penyebaran informasi sejarah dan budaya Minangkabau.
Persamaan	Penelitian ini menggunakan menghubungkan variabel terpaan pengguna akun Instagram dengan dengan keberhasilan tingkat efektivitas yang mengacu pada efek pesan komunikasi terhadap aspek kognitif, afektif, dan kontif. Penelitian ini juga menganalisa uji statistik korelasi menggunakan Rank Spearman.
Kontribusi	Kontribusi penelitian ini terhadap peneliti adalah membantu peneliti dalam menentukan indikator efektivitas yang mengacu pada efek pesan komunikasi terhadap aspek kognitif, afektif, dan konatif. Penelitian ini juga memberikan kontribusi pada peneliti dalam menentukan teknik analisis data menggunakan Rank Spearman

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori *Uses and Effect*

Teori uses and effects adalah gabungan antara pendekatan uses and gratifications dan teori tradisional mengenai efek media. Teori ini pertama kali dipikirkan oleh Sven Windahl pada tahun 1979. Konsep penggunaan (use) memiliki peran yang sangat penting dalam teori ini, karena pemahaman tentang cara media digunakan dapat membantu meramalkan dan menjelaskan dampak dari proses komunikasi massa. Penggunaan media massa bisa memiliki berbagai makna. Dalam beberapa konteks, ini hanya merujuk pada tindakan paparan (exposure) yang berfokus pada proses persepsi. Namun, dalam konteks lain, konsep tersebut dapat merujuk pada suatu proses yang lebih kompleks, di mana ada harapan-harapan tertentu yang ingin dipenuhi. Fokus dari teori ini lebih menekankan pada pengertian

yang kedua tersebut (Bungin, 2006). Pada penelitian ini, teori *uses and effects* dapat dilihat dari pengguna Instagram yang mengikuti platform edukasi isu gender @Rum.poen sehingga menimbulkan sebuah *effects* dari konten yang dikonsumsi.

Dalam teori *uses and gratifications*, penggunaan media pada dasarnya dipengaruhi oleh kebutuhan individu. Sementara itu, dalam teori *uses and effects*, kebutuhan hanya merupakan salah satu faktor yang mendorong penggunaan media. Faktor lain seperti harapan, persepsi terhadap media, dan tingkat akses terhadap media juga berperan dalam keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan media massa (Senjaja, 1999).

Asumsi dasar dalam model *uses and gratifications* terkait penggunaan media dibagi menjadi tiga variabel, yaitu:

- a. Jumlah waktu, yang merujuk pada durasi waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media.
- b. Jenis isi media, yang mengacu pada jenis konten media yang dikonsumsi.
- c. Hubungan, yang menggambarkan hubungan antara individu sebagai pengguna media dengan konten yang dikonsumsi, atau dengan media secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, prinsip dasar yang terkandung adalah bahwa para pengguna media massa mengalami dampak setelah menggunakan media tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat mengharapkan atau memprediksi adanya

hubungan yang erat antara pesan-pesan yang disampaikan oleh media dan reaksi yang ditunjukkan oleh audiens. Demikian pula pada platform Instagram @Rum.poen yang memberikan edukasi terkait isu gender kepada audiens. Edukasi tersebut akan membentuk sebuah efek pengetahuan kognitif, afektif dan konatif.

2.2.2 Efektivitas

Efektivitas mengacu pada pencapaian tujuan yang sesuai atau memilih opsi terbaik di antara berbagai alternatif dan metode. Ini juga melibatkan pengukuran keberhasilan dalam mencapai tujuan tertentu. Misalnya, jika seseorang berhasil menyelesaikan tugas menggunakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya, metode itu dianggap efektif.

Efektivitas sangat penting untuk berhasil mencapai tujuan atau tujuan yang ditetapkan oleh organisasi, kegiatan, atau program. Sebuah bisnis dianggap efektif ketika berhasil memenuhi tujuan atau tujuan yang ditetapkan (Rosalina, 2012).

Efektivitas juga mengacu pada seberapa baik sumber daya, fasilitas, dan infrastruktur yang baik digunakan untuk menciptakan sejumlah pekerjaan tertentu dalam jangka waktu yang ditetapkan. Dengan kata lain, tugas dapat dianggap tepat, efektif, dan efisien jika selesai segera dan sesuai dengan rencana tersebut (Abdurahmat, 2003).

Dari penjelasan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa efektivitas berfungsi sebagai kriteria untuk menilai apakah suatu tujuan telah dicapai berdasarkan indikator spesifik. Dalam bukunya "Manajemen Pemasaran", Philip Kotler mengidentifikasi sembilan indikator efektivitas komunikasi, yaitu: (Kotler

& Keller, 2016):

1. **Sender** : Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang
2. **Encoding** : Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. **Message** : Pesan yang merupakan seperangkat lambing bermakna yang disampaikan oleh komunikator
4. **Media** : Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan komunikator kepada komunikan
5. **Decoding** : Pengawasandian yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambing yang disampaikan oleh komunikator kepadanya
6. **Reciever** : Komunikan yang menerima pesan dari komunikator
7. **Response** : Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah pesan diterima
8. **Feedback** : Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator
9. **Noise** : Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator lainnya.

2.2.3 Efektivitas Komunikasi

Komunikasi yang efektif terjadi ketika penerima memahami pesan sebagaimana dimaksud, yang mengarah pada perubahan sikap atau tindakan mereka. Ini menyoroti peran penting yang dimainkan kredibilitas komunikator

dalam keberhasilan proses komunikasi.

Menurut Hardjana, efektivitas umumnya melibatkan melakukan hal-hal yang benar sejalan dengan harapan dan menyelesaikan tugas sesuai dengan rencana dan pedoman yang ditetapkan (Hardjana, 2000):

1. Mencapai tingkat diatas pesaing.
2. Membawa hasil
3. Menangani tantangan masa depan
4. Meningkatkan laba keuntungan
5. Mengoptimalkan penggunaan sumber daya

Efektivitas diukur dengan seberapa baik tujuan dicapai dengan menggunakan fasilitas dan infrastruktur yang sesuai dalam jangka waktu yang ditentukan. Komunikasi yang efektif terjadi ketika itu mengarah pada perubahan yang diinginkan pada penerima, sebagaimana dibuktikan oleh umpan balik atau tanggapan mereka. Menurut Andre Hardjana, komunikasi dianggap efektif jika indikator tertentu dipenuhi. (Hardjana, 2000) :

A. Penerima atau pemakai (receiver or user)

Dimensi penerima pesan mengacu pada individu yang diantisipasi untuk menerima pesan, dievaluasi berdasarkan siapa penerima itu. Pengguna penerima atau pesan dianggap efektif jika mereka selaras dengan audiens yang dituju.

B. Isi pesan (content)

Dalam hal dimensi konten pesan, tujuan komunikasi harus selaras dengan informasi yang diberikan kepada audiens. Di sini, konten pesan terdiri dari informasi yang dibagikan oleh organisasi dengan audiensnya.

C. Saluran media

Dimensi media komunikasi mengacu pada saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan, disesuaikan dengan kebutuhan dan harapan pengirim dan penerima.

D. Format pesan

Dimensi format pesan mengacu pada penyelarasan format antara apa yang diinginkan pengirim dan bagaimana penerima melihatnya, yang dapat dinilai melalui metode pengiriman informasi.

E. Sumber pesan (Source)

Dimensi sumber pesan berkaitan dengan kejelasan dan kredibilitas sumber yang menyampaikan pesan, memastikan bahwa informasi yang disampaikan dipahami secara akurat.

F. Ketepatan waktu (Timing)

Dimensi ketepatan waktu mengacu pada pengiriman pesan kepada penerima pada saat yang tepat, memastikan bahwa signifikansinya tidak berkurang.

Ketika komunikasi melalui media sosial efektif, itu menghasilkan dampak tertentu. Menurut Liliweri, efektivitas media sosial dapat memiliki tiga jenis dampak: kognitif, afektif, dan konatif (Effendy, 2003) :

1. Efek Kognitif

Efek kognitif muncul ketika audiens mengalami perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, atau persepsi. Aspek ini meneliti bagaimana media massa membantu audiens dalam memperoleh informasi yang berharga dan meningkatkan keterampilan kognitif mereka.

Dalam konteks ini, dampaknya berkaitan dengan bagaimana media massa memberikan informasi, pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan. Di dunia saat ini, pengaruh kognitif media massa pada penonton menjadi semakin menonjol, karena individu sangat bergantung pada media massa untuk informasi. (Yasir, 2009).

Efek kognitif ini berfokus pada pergeseran dalam pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, dan kesadaran tentang suatu subjek. Misalnya, ini melibatkan bergerak dari sekadar mengetahui menjadi sadar, memahami, dan menyimpan informasi. Pada tahap ini, tujuannya adalah untuk mencapai perubahan dalam pengetahuan dan pemahaman setelah paparan informasi dari Instagram @Rum.poen.

2.3 Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi (New Media)

Teori media baru, yang dikembangkan oleh Pierre Levy, menunjukkan bahwa media baru membahas evolusi media. Teori ini mencakup dua perspektif: yang pertama adalah perspektif interaksi sosial, yang mengkategorikan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi langsung. Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis yang memungkinkan individu untuk mengolah orientasi pengetahuan baru.

Konsep media baru terkait erat dengan komunikasi dan media massa. Komunikasi berfungsi sebagai bidang interdisipliner yang menopang pengembangan media, sementara media massa secara historis memainkan peran penting. However, dengan munculnya internet dan teknologi digital, media baru sekarang berinteraksi dengan berbagai bentuk komunikasi. (Ginting et al., 2021)

Definisi media baru yang lebih luas, sebagaimana diuraikan oleh Croteau, mencakup berbagai bentuk media yang muncul dari inovasi teknologi di sektor media. Contohnya termasuk televisi kabel, komunikasi satelit, teknologi serat optik, dan komputer, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan membuat pilihan aktif. McQuail mengkategorikan media baru menjadi empat grup:

1. Media komunikasi interpersonal, yang meliputi telepon, ponsel, dan email.
2. Media Putar Interaktif, seperti komputer, video game, dan game online.
3. Media Pencarian Informasi, diwakili oleh portal dan mesin pencari.
4. Media partisipasi kolektif, yang melibatkan penggunaan Internet untuk berbagi dan bertukar informasi, pendapat, dan pengalaman, menumbuhkan hubungan melalui komputer yang dilihat tidak hanya sebagai alat tetapi juga sebagai sumber kasih sayang dan respons emosional (Kurnia, 2005).

Pada dasarnya, media sosial mewakili evolusi terbaru dari teknologi web berbasis internet. Ini meningkatkan komunikasi, partisipasi, berbagi, dan penciptaan komunitas online untuk semua pengguna. Melalui media sosial, individu dapat dengan mudah mendistribusikan konten mereka sendiri. Posting blog, tweet, dan video YouTube dapat dibagikan dengan cepat dan diakses oleh jutaan orang

tanpa biaya tambahan (Munawwaroh et al., 2018).

Social Media adalah platform yang menyoroti keterlibatan pengguna dan memfasilitasi pergerakan dan kolaborasi di antara pengguna. Akibatnya, dapat dilihat sebagai alat online yang meningkatkan hubungan. Menurut Meike dan Young, media sosial berfungsi sebagai titik koneksi untuk komunikasi pribadi, memungkinkan pertukaran informasi antara individu (berbagi satu-ke-satu) sementara juga memungkinkan pengguna untuk berbagi dengan siapa pun tanpa Batasan (Nasrullah, 2016).

Dari berbagai definisi yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah teknologi kontemporer yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi dengan orang lain, dan membangun hubungan sosial virtual.

2.3.1 Fungsi Media Sosial

Media Sosial adalah platform yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi sosial manusia melalui internet dan teknologi web. Dalam kapasitasnya saat ini, media sosial telah menjadi kekuatan yang kuat yang membentuk pola pikir dan perilaku di berbagai aspek kehidupan publik, menyoroti peran pentingnya. Fungsi media sosial meliputi (Purbohastuti, 2017) :

1. Media sosial telah berhasil mengubah praktik komunikasi dari media siaran, yang menargetkan satu lembaga untuk banyak audiensi (satu-ke-banyak), menjadi pendekatan dialogis yang memfasilitasi interaksi di antara banyak audiensi (banyak-ke-banyak).

2. Media sosial mempromosikan demokratisasi pengetahuan dan informasi, memberdayakan individu untuk beralih dari menjadi konsumen konten menjadi pencipta pesan mereka sendiri.

Membangun pada penjelasan sebelumnya, para peneliti berkonsentrasi pada titik 2, yang menekankan "media sosial sebagai demokratisasi pengetahuan." Media sosial berfungsi sebagai platform yang efektif untuk menyebarkan informasi dan pendidikan di berbagai bidang studi.

2.4 Instagram

Instagram memperoleh namanya dari "Instan" atau "Insta," mengingatkan pada kamera Polaroid yang dikenal karena memproduksi "Foto Instan." Diluncurkan pada 2010, Instagram adalah platform media sosial yang berpusat pada berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengambil gambar dan video, mengeditnya dengan berbagai filter dan efek, dan berbagi kreasi mereka dengan pengikut. Platform ini dengan cepat mendapatkan popularitas dan diakuisisi oleh Facebook pada tahun 2012.

Penciptaan Instagram disebabkan oleh dua pendirinya, salah satunya adalah Kevin Systrom, seorang tokoh penting di dunia teknologi. Sebelum meluncurkan Instagram, Systrom bekerja di Google selama dua tahun, mengelola Gmail dan kemudian bergabung dengan tim pengembangan perusahaan. Keinginannya untuk menciptakan sesuatu yang inovatif membawanya untuk mengembangkan startup teknologi pertamanya. Dengan latar belakang pemrogramannya, Systrom secara

efektif mengelola proyek yang memanfaatkan potensi seluler dan pertumbuhan aplikasi berbasis lokasi yang cepat. Pada akhirnya, ia memutuskan untuk berkomitmen penuh dengan membuat situs web bernama Burbn.com.

Untuk menggunakan Instagram, individu harus terlebih dahulu membuat akun dengan mendaftar pada aplikasi. Akun, yang mencakup setidaknya nama pengguna dan kata sandi, berfungsi sebagai informasi pribadi yang mirip dengan email atau akun Facebook. Akun dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti mengirim pesan atau berbagi gambar, audio, atau file video, dan umumnya dimaksudkan untuk komunikasi.

Karena Instagram telah berkembang, ia telah memperkenalkan berbagai fitur untuk meningkatkan pengalaman pengguna di berbagai momen dan aktivitas, termasuk:

1. Pengikut (Followers)

Instagram fitur sistem pengikut yang memungkinkan akun memiliki pengikut dan mengikuti akun pengguna lainnya. Kemampuan ini mendorong jaringan komunikasi di antara pengguna Instagram. Ketika akun mengunggah foto atau video, pengguna lain dapat terlibat dengan menyukai atau mengomentari posting. Sejumlah besar suka dan komentar dapat meningkatkan popularitas foto atau video.

2. Mengunggah Foto (upload/posting foto)

Mengunggah dan berbagi foto atau video adalah salah satu fitur inti Instagram. Pengguna dapat mengambil gambar atau video secara langsung dengan kamera atau memilihnya dari galeri foto yang disimpan di perangkat atau ponsel cerdas mereka.

3. Kamera

Instagram memungkinkan pengguna untuk mengambil foto atau video secara langsung menggunakan fitur kamera, yang dapat disimpan di perangkat mereka. Pengguna memiliki akses ke berbagai efek untuk memodifikasi warna foto sesuai dengan preferensi mereka.

4. Judul Foto atau Keterangan Foto (Caption)

Setelah proses pengeditan selesai, foto bergerak ke halaman berikutnya, di mana pengguna dapat menambahkan informasi tambahan menggunakan teks. Mereka dapat menggambarkan foto yang diunggah dengan fitur deskripsi, menandai pengguna lain menggunakan @ simbol, dan menyertakan tagar (#).

5. Arroba

Mirip dengan platform media sosial lainnya seperti Twitter dan Facebook, Instagram menyertakan fitur @, yang memungkinkan pengguna untuk menyebutkan atau menandai orang lain di platform. Pengguna dapat menandai orang lain di posting, komentar, dan berbagi mereka, memfasilitasi komunikasi dengan pengguna mengenai foto atau video yang diunggah.

6. Geotagging

Pada halaman yang sama dengan deskripsi, pengguna juga dapat menemukan fitur geotagging yang memungkinkan mereka untuk menambahkan lokasi di mana foto atau video diambil atau diunggah.

7. Jejaring sosial

Saat berbagi foto atau video, pengguna tidak hanya dapat mempostingnya di Instagram tetapi juga mengunggahnya ke akun media sosial yang terhubung lainnya. Pengguna perlu menyinkronkan akun mereka sehingga ketika mereka mengunggah konten pada satu platform, itu secara otomatis dibagikan pada yang lain.

8. Tanda Suka (like)

Instagram menyertakan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menanggapi foto atau video dengan kegembiraan. Pengguna lain dapat menunjukkan apresiasi mereka untuk posting dengan mengklik tombol "Like".

9. Komentar (comment)

Seiring dengan mengungkapkan kegembiraan, pengguna juga dapat meninggalkan komentar pada foto atau video yang diunggah, memungkinkan mereka untuk berinteraksi dan terlibat dalam diskusi tentang konten yang dibagikan.

10. Bagikan (share)

Pengguna memiliki opsi untuk membagikan foto atau video yang diposting oleh pengguna lain kepada audiens mereka sendiri. Ini memungkinkan konten untuk dilihat oleh orang-orang yang diikuti oleh pengguna yang membagikannya.

11. Populer atau Jelajahi (explore)

Pengguna dapat berbagi foto atau video yang diposting oleh orang lain dengan audiens mereka sendiri. Ini memungkinkan konten dilihat oleh pengikut pengguna yang membagikannya.

12. Instagram Stories

Instagram Stories adalah fitur baru yang disediakan oleh Instagram yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto atau video secara real-time. Konten yang dibagikan melalui Cerita Instagram hanya akan tersedia selama 24 jam sebelum secara otomatis menghilang..

2.5 Isu Gender

Memahami dan menganalisis masalah gender dan ketidaksetaraan di negara - negara berkembang sering dikaitkan dengan agenda pembangunan. Pertumbuhan ekonomi, baik di negara maju atau berkembang, telah menunjukkan potensi untuk mengurangi ketidaksetaraan gender. Efek pembangunan dapat meningkatkan kesejahteraan dan pada akhirnya mengarah pada pencapaian kesetaraan gender (Momsen, 2009).

Perbedaan gender tidak secara inheren bermasalah selama mereka tidak menyebabkan ketidakadilan gender. Namun, perbedaan-perbedaan ini memang menghasilkan berbagai bentuk ketidakadilan yang mempengaruhi pria dan wanita. Ketidakadilan gender ditandai oleh sistem dan struktur di mana kedua jenis kelamin menderita sebagai korban. Untuk memahami bagaimana perbedaan gender berkontribusi pada ketidakadilan gender, orang dapat memeriksa berbagai manifestasi dari ketidakadilan yang ada. Deskripsi berikut memberikan diskusi terperinci tentang setiap manifestasi ketidakadilan gender.

1. Marginalisasi Gender

Marginalisasi gender adalah bentuk nyata dari diskriminasi yang diarahkan pada perempuan atau laki-laki. Diskriminasi melibatkan memperlakukan individu secara berbeda berdasarkan karakteristik seperti jenis kelamin, ras, agama, usia, atau lainnya. Perawatan diferensial ini juga meluas ke peran gender. Pada intinya, diskriminasi adalah tentang perlakuan yang tidak setara. Akibatnya, mengategorikan sifat gender menimbulkan masalah ketidakadilan (diskriminasi). Menurut kamus besar Indonesia, diskriminasi gender mengacu pada perbedaan sikap dan perlakuan individu berdasarkan perbedaan jenis kelamin mereka. (Alamona et al., 2017)

2. Subordinasi Gender

Subordinasi adalah keyakinan bahwa satu jenis kelamin diprioritaskan atau dianggap lebih unggul dari yang lain, apakah pria dipandang lebih unggul dari wanita atau sebaliknya. Nilai-nilai sosial dan budaya dalam

masyarakat telah menetapkan peran yang berbeda untuk pria dan wanita. Biasanya, perempuan dipandang bertanggung jawab atas tugas domestik atau reproduksi, sementara pria dianggap lebih cocok untuk peran publik atau produktif. Namun, dalam banyak kasus, kontribusi perempuan di daerah domestik dan reproduksi tidak dinilai sama untuk pria di bidang publik dan produktif. Sebaliknya, laki-laki juga dapat dinilai rendah untuk peran domestik mereka. Perbedaan ini muncul dari sistem sosial dan struktur yang menempatkan pria dan wanita di posisi yang tidak setara (Karwati, 2020).

3. Stereotipe Gender

Stereotip gender secara luas dipegang kepercayaan dalam masyarakat mengenai perilaku, sifat, dan peran yang tepat untuk pria dan wanita berdasarkan jenis kelamin mereka. Sementara stereotip ini dapat menyederhanakan persepsi, mereka sering mencerminkan prasangka yang memengaruhi cara kita menafsirkan dan memahami informasi yang kita temui. Misalnya, banyak orang menganggap pria sebagai rasional, kuat, tegas, bertanggung jawab, dan kadang-kadang egois, sedangkan wanita sering dianggap lebih emosional, miskin, cengeng, ragu-ragu, dan bergantung pada orang lain. Wanita juga dipandang lebih berorientasi pada detail, menjadikannya cocok untuk peran seperti bendahara atau sekretaris, dan lebih sabar, yang menyelaraskannya dengan profesi yang berorientasi layanan seperti mengajar dan menyusui. (Ismiati, 2018)

4. Kekerasan dan Pelecehan Gender

Kekerasan berbasis gender mengacu pada tindakan kekerasan yang mencakup dimensi fisik, seksual, psikologis, atau ekonomi yang diarahkan pada individu berdasarkan peran gender atau gender mereka. Ini termasuk kekerasan terhadap perempuan, anak perempuan, dan orang lain yang mungkin tidak menyesuaikan diri dengan stereotip gender tertentu. Bentuk kekerasan berbasis gender termasuk pelecehan seksual, pemerkosaan, pelecehan psikologis, kontrol ekonomi, dan banyak lagi.

Jenis kelamin dan kekerasan berkaitan dengan tindakan yang dapat bermanifestasi sebagai serangan fisik atau serangan terhadap kesejahteraan mental atau psikologis seseorang. Sementara kekerasan dapat berasal dari berbagai sumber, ketika secara khusus menargetkan satu gender berdasarkan asumsi gender, itu diklasifikasikan sebagai kekerasan berbasis gender. Jenis kekerasan ini sering berakar pada ketidakseimbangan kekuasaan yang ada di masyarakat. Berbagai kejahatan yang dikategorikan sebagai kekerasan gender meliputi (Umniyyah, 2021) :

1. Berbagai bentuk pemerkosaan terhadap wanita, termasuk pemerkosaan perkawinan.
2. Tindakan pemukulan dan kekerasan fisik yang terjadi di dalam rumah (kekerasan dalam rumah tangga), yang juga mencakup pelecehan anak.
3. Bentuk mutilasi, seperti mutilasi genital wanita (FGM), termasuk praktik seperti sunat wanita, yang bertujuan untuk mengendalikan wanita.

4. Kekerasan yang dimanifestasikan melalui pelacuran, yang merupakan bentuk kekerasan yang terorganisir terhadap perempuan yang didorong oleh mekanisme ekonomi yang mengeksploitasi mereka.

5. Beban Kerja Gender

Konsep beban kerja dalam konteks gender menyoroti tingkat dan surga tanggung jawab atau tugas yang ditugaskan kepada individu berdasarkan gender atau peran gender mereka dalam masyarakat. Ini mencakup persepsi, harapan, dan pembagian peran antara pria dan wanita di tempat kerja, rumah, dan masyarakat pada umumnya. Beban kerja gender mencakup serangkaian tanggung jawab, dari tugas rumah tangga hingga tekanan untuk sukses dalam pengaturan profesional, menyingkirkan kembali dalam penguatan distribusi tugas antar jenis kelamin.

Masalah gender di tempat kerja telah menjadi bidang fokus yang signifikan. Perbedaan dalam beban kerja dan peran antara karyawan perempuan dan laki-laki sering membuat ketegangan dan ketidaknyamanan. Beban kerja yang tidak seimbang dapat memiliki kinerja homePloyee, yang mengarah pada stres. Tuntutan yang berlebihan dapat mengurangi produktivitas, menjadikannya penting bagi perusahaan untuk menyelaraskan beban kerja dengan peran yang dimiliki karyawan. Selain itu, beban kerja yang tidak setara juga dapat menyebabkan konflik di tempat kerja. (Wilda et al., 2020)

2.5.1 Edukasi Isu Gender

Pendidikan tentang masalah gender adalah langkah vital menuju peningkatan pemahaman dan kesadaran akan peran dan hak gender dalam masyarakat. Proses ini melibatkan berbagi informasi dan menumbuhkan pemahaman yang lebih dalam dari berbagai dimensi gender, termasuk perbedaan sosial, budaya, ekonomi, dan politik antara laki-laki dan perempuan. Pendidikan seks harus diberikan kepada anak-anak saat mereka memasuki masa remaja. Mereka yang menerima pendidikan seksual yang komprehensif akan memiliki pemahaman yang lengkap tentang masalah seksual. (Lestari & Awaru, 2020). Pendidikan tentang masalah gender memungkinkan individu untuk memahami pentingnya kesetaraan gender, mengidentifikasi dan menantang stereotip gender yang berbahaya, dan mempromosikan inklusi dan keadilan di semua bidang kehidupan, termasuk tempat kerja, keluarga, dan masyarakat pada umumnya.

Lembaga pendidikan tinggi memainkan peran penting dalam memajukan kesetaraan gender dalam masyarakat. Studi ini adalah tinjauan literatur sistematis (SLR) yang bertujuan untuk menguraikan tantangan yang terkait dengan kesetaraan gender di universitas di seluruh dunia dari 2011 hingga 2020 (Helaluddin et al., 2022).

Lembaga kampus, khususnya universitas negeri yang didanai pemerintah, berfungsi sebagai jalan vital untuk memberlakukan perubahan signifikan untuk mengatasi ketidaksetaraan gender. Lembaga pendidikan tinggi secara global dipandang bertanggung jawab untuk mempromosikan kesetaraan dan rasa hormat

antara pria dan wanita. Oleh karena itu, integrasi pertimbangan gender dalam pendidikan tinggi diakui sebagai perkembangan positif dan memainkan peran penting. Memang, pendidikan tinggi diantisipasi sebagai salah satu alat paling efektif dalam mengatasi tantangan global kontemporer (Gurjar, 2017).

Pendidikan bukan hanya elemen penting dari kecerdasan nasional tetapi juga produk konstruksi sosial, menjadikannya penting bagi sektor pendidikan untuk berkontribusi pada pemahaman gender dan hubungan. Ini termasuk mengatasi perubahan dalam hubungan gender, seperti divisi peran, pekerjaan, dan dinamika kekuasaan, untuk komunitas akademik dan masyarakat. Paradigma literasi harus melampaui membaca dan menulis semata-mata untuk menumbuhkan kemampuan kritis siswa dalam mengatasi masalah di sekitarnya, termasuk gender. Dengan demikian, mengoptimalkan literasi melibatkan lebih dari sekadar sumber daya buku; Ini harus mendorong pembelajaran dialogis, aktif, dan kritis di antara siswa dan pendidik.

Di universitas, upaya untuk mempromosikan pendidikan gender dapat mengambil berbagai bentuk, termasuk:

1. Kursus dalam Program Studi : Universitas dapat menawarkan kursus spesifik tentang gender sebagai bagian dari kurikulum umum atau sebagai opsi studi independen. Kursus-kursus ini dapat mencakup teori gender, sejarah gerakan feminis, analisis gender lintas disiplin ilmu, dan masalah terkait gender saat ini.

2. Lokakarya dan Seminar : Lembaga dapat mengatur lokakarya dan seminar tentang topik gender, menampilkan diskusi, presentasi, dan kegiatan interaktif lainnya yang bertujuan meningkatkan pemahaman siswa dan kesadaran akan masalah gender.

3. Organisasi Mahasiswa : Klub dan kelompok siswa yang berfokus pada masalah gender dapat berfungsi sebagai platform bagi siswa untuk terlibat dalam kegiatan pendidikan, advokasi, dan upaya untuk kesetaraan gender, baik di dalam maupun di luar kampus.

4. Layanan Pendidikan Jender : Universitas dapat membuat pusat sumber daya gender yang menyediakan informasi, layanan, dan dukungan mengenai masalah gender untuk siswa dan staf. Pusat -pusat ini juga dapat menjadi tuan rumah acara, seminar, dan pelatihan yang berkaitan dengan jenis kelamin.

5. Platform media sosial pendidikan gender : Inisiatif pendidikan gender di media sosial universitas bertujuan untuk menyebarkan informasi, meningkatkan kesadaran, dan memfasilitasi diskusi tentang masalah gender di antara mahasiswa dan fakultas. Platform ini dapat secara teratur menampilkan konten pendidikan seperti artikel, video, infografis, dan podcast tentang gender. Selain itu, dapat menjadi tuan rumah diskusi langsung, kuis interaktif, dan kampanye online untuk meningkatkan pemahaman tentang kesetaraan gender. Dengan cara ini, platform pendidikan gender di media sosial universitas menjadi alat yang efektif untuk

membina lingkungan yang inklusif dan mendukung bagi semua anggota komunitas akademik.

2.6 Definisi Konsepsional

Untuk menilai efektivitas akun Instagram @rum.met sebagai sumber pendidikan tentang masalah gender, kami mengukur dampaknya menggunakan teori efektivitas komunikasi Andre Hardjana, yang mencakup enam indikator: penerima, konten pesan media, format pesan pesan , sumber pesan, dan ketepatan waktu komunikasi (Hardjana, 2000).

1. Penerima atau Pengguna : Mengacu pada individu yang mengikuti dan terlibat dengan akun Instagram @rum.poen.
2. Konten pesan : Mencakup kejelasan dan kelengkapan keseluruhan pesan yang dikomunikasikan melalui Instagram @rum.poen.
3. Media : Berkaitan dengan platform yang digunakan untuk menerima informasi dan pendidikan, khususnya Instagram.
4. Format Pesan : Termasuk pemahaman pengikut @rum.poen mengenai pesan yang diterima, yang mungkin dalam bentuk teks (teks), gambar, dan video.
5. Sumber pesan : Mengacu pada keakuratan dan keandalan informasi yang disajikan dalam pesan.
6. Waktu : Melibatkan kecepatan dan frekuensi yang dimiliki informasi dan diterima oleh pengikut Instagram @rum.poen.

Selain itu, ketika komunikasi di media sosial efektif, itu mengarah pada dampak spesifik. Menurut Liliwari, efektivitas media sosial dapat menghasilkan tiga jenis dampak: kognitif, afektif, dan konatif (Effendy, 2003). Maka pemahaman terkait edukasi isu gender melalui efektivitas platform Instagram @Rum.poen dapat ditinjau dari indikator sebagai berikut :

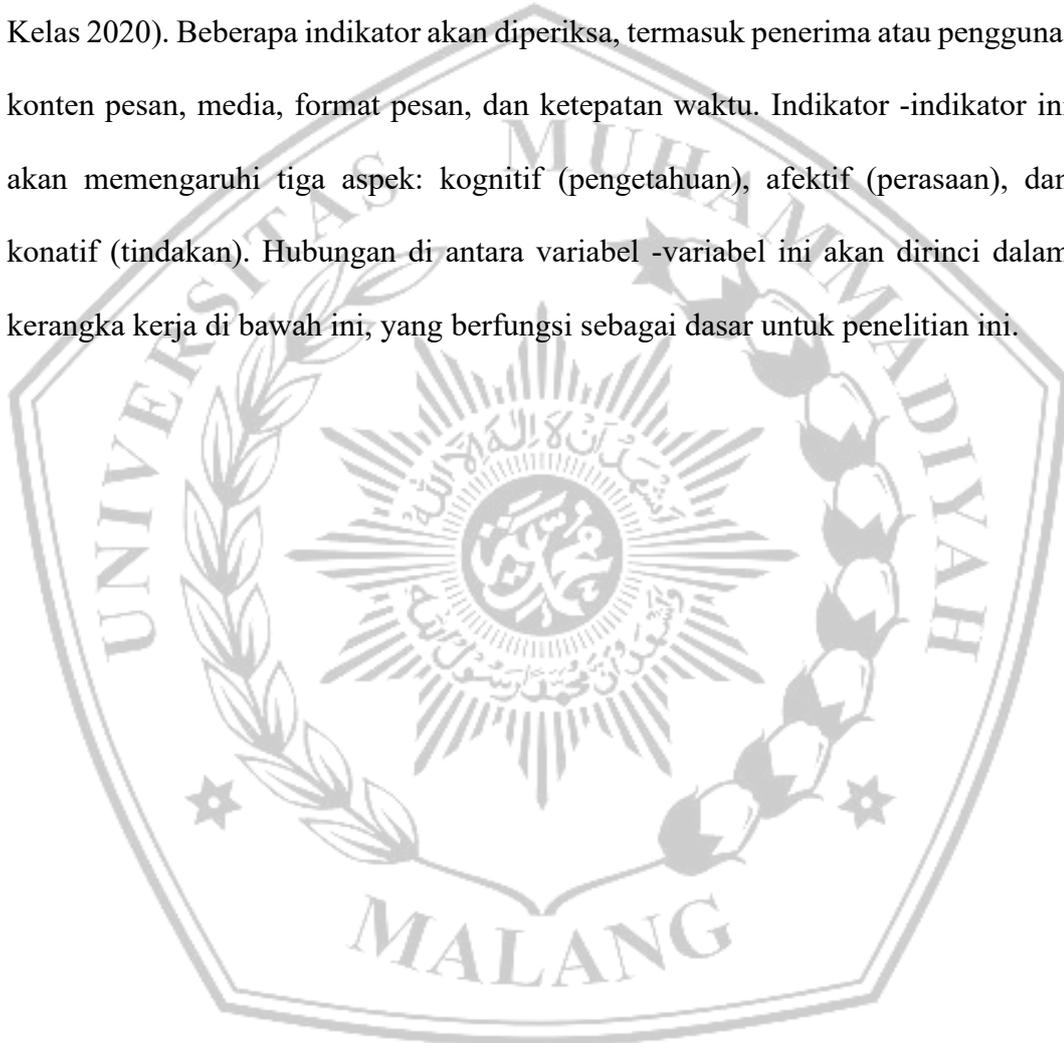
1. Kognitif : Ini berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman yang dikembangkan setelah terlibat dengan informasi yang disediakan oleh akun Instagram @rum.poen.
2. Afektif : Ini menggambarkan rasa kepuasan dan kesenangan yang dialami oleh pengikut @rum.poen sehubungan dengan informasi dan pendidikan yang memenuhi kebutuhan mereka.
3. Konatif : Ini menunjukkan perubahan perilaku di antara para pengikut @rum.poen, yang mencerminkan apakah mereka bertindak sesuai dengan informasi dan pendidikan yang disajikan atau mengabaikan rekomendasi yang diberikan.

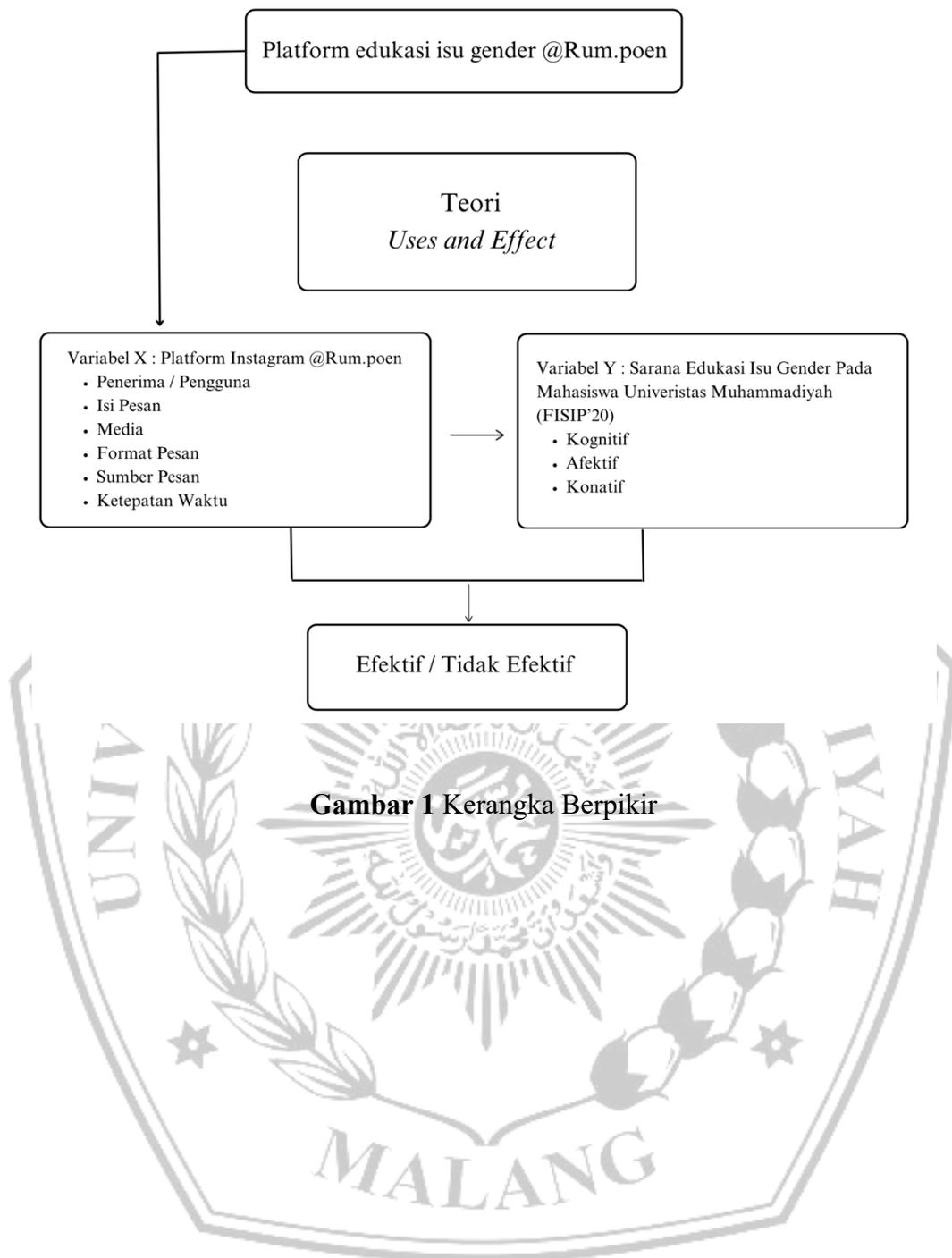
2.7 Definisi Konseptual

Kerangka kerja konseptual ini berfungsi sebagai penjelasan sementara tentang gejala yang terkait dengan masalah yang dihadapi. Ini menggabungkan asumsi teoretis dan logis untuk mengklarifikasi variabel yang sedang dipelajari dan keterkaitannya. Kerangka kerja ini bertindak sebagai struktur penuntun yang membantu para peneliti dalam mengarahkan investigasi mereka, memainkan peran penting dalam membentuk proses pemikiran studi ilmiah. Para peneliti

memanfaatkan kerangka kerja ini untuk menguraikan langkah-langkah logis dan sistematis dalam penelitian mereka.

Dalam studi ini, fokus utama adalah menilai efektivitas akun Instagram @rum.poen sebagai alat pendidikan untuk masalah gender di antara siswa di Muhammadiyah University of Malang (khususnya, fakultas ilmu sosial dan politik, Kelas 2020). Beberapa indikator akan diperiksa, termasuk penerima atau pengguna, konten pesan, media, format pesan, dan ketepatan waktu. Indikator-indikator ini akan memengaruhi tiga aspek: kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), dan konatif (tindakan). Hubungan di antara variabel-variabel ini akan dirinci dalam kerangka kerja di bawah ini, yang berfungsi sebagai dasar untuk penelitian ini.





Gambar 1 Kerangka Berpikir

2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan awal yang dapat berkembang sebagai data dikumpulkan, berfungsi sebagai jawaban sementara untuk pertanyaan penelitian yang akan divalidasi melalui bukti empiris. (Suharsimi, 1997). Dengan demikian, berdasarkan masalah utama dan kerangka teori yang disajikan di atas, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut: :

1. Ho

Platform Instagram @Rum.poen tidak efektif terhadap tingkat edukasi isu gender bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2020) serta tidak adanya pengaruh yang signifikansi antara Platform @rum.poen dengan Edukasi Isu Gender pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas angkatan 2020)

2. Ha

Platform Instagram @Rum.poen efektif terhadap tingkat edukasi isu gender bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2020) serta terdapat pengaruh yang signifikansi antara Efektivitas Platform @rum.poen dengan Sarana Edukasi Isu Gender pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang (Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas angkatan 2020).