

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Makna dari komunikasi sendiri dari berbagai para ahli memiliki banyak sekali definisi yang berbeda – beda setiap asal usul ahli tersebut, salah satunya seperti apa yang kemukakan oleh J.A. Devito bahwa komunikasi ialah sebuah tindakan oleh satu individu atau lebih yang saling bertukar pesan satu sama lain yang terdistorsi oleh gangguan terjadi dalam suatu konteks tertentu, yang memiliki pengaruh tertentu dan ada peluang untuk mendapatkan *feedback* (Pohan & Fitria, 2021). Sehingga melihat itu maka definisi dan pengertian komunikasi memiliki beragam pemaknaan. Meskipun setiap memiliki makna yang berbeda – beda namun setiap arti dari apa yang telah dikemukakan oleh para ahli mempunyai penekanan arti, cakupan konteks yang saling melengkapi dan menyempurnakan makna komunikasi yang sepaham dengan perkembangan ilmu komunikasi.

Beberapa ahli memiliki pandangan berbeda tentang komunikasi. Everett M Rogers memandang komunikasi sebagai proses pemindahan gagasan dari satu sumber kepada satu atau lebih penerima dengan maksud mengubah perilaku. Sementara James AF Ston mendefinisikan komunikasi sebagai upaya seseorang menyampaikan informasi dan pemahaman melalui transfer pesan kepada pihak lain. Adapun Thomas M Scheidel berpendapat bahwa motivasi seseorang berkomunikasi adalah untuk mengekspresikan diri, membangun identitas, menciptakan hubungan sosial dengan lingkungan sekitar, serta mempengaruhi cara berpikir, perasaan, dan perilaku orang lain sesuai yang diharapkan (Dinata, Yudha Putra, 2022).

Melihat ini dari berbagai pemaknaan komunikasi menurut para ahli dalam menjelaskan komunikasi maka komunikasi adalah hal yang tidak akan berpisah dengan manusia itu sendiri, hal ini dikarenakan komunikasi menjadi peran vital dalam menghubungkan antara satu individu satu dengan individu lain.

2.1.2 Unsur - Unsur Komunikasi

Komunikasi terdiri dari tujuh unsur, yaitu sumber atau komunikator, pesan, saluran atau media, penerima atau komunikan, akibat atau pengaruh, umpan balik (*feedback*), serta lingkungan. Ketujuh unsur ini sering juga disebut sebagai elemen atau komponen komunikasi. Unsur-unsur ini sangat penting dalam menciptakan proses komunikasi yang efektif.

a. Sumber atau komunikator (*source*)

Komunikator adalah pihak yang mengirim atau menyampaikan pesan, baik itu individu maupun organisasi. Istilah ini juga dikenal sebagai *sender*, *encoder*, atau *source* dalam proses komunikasi.

b. Pesan (*message*)

Penyampaian pesan dapat dilakukan dengan dua cara: langsung bertatap muka atau menggunakan media seperti telepon dan surat. Pesan yang disampaikan memiliki beragam sifat, mulai dari memberi informasi, hiburan, dan saran, hingga pesan yang bertujuan mempengaruhi pikiran atau propaganda.

c. Media (*channel*)

Media adalah sarana yang digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima. Media komunikasi bisa berupa panca indera, alat komunikasi tradisional (seperti surat, telepon, telegram), media elektronik, hingga platform digital/online. Semua media ini berfungsi sebagai jembatan dalam proses penyampaian pesan.

d. Penerima (*receiver*)

Komunikan adalah pihak yang menjadi target penyampaian pesan dari komunikator, bisa berupa individu, kelompok, organisasi, atau bahkan suatu negara. Peran komunikan sangat krusial dalam komunikasi karena mereka adalah tujuan akhir pesan. Jika pesan gagal diterima dengan baik oleh komunikan, maka perlu dilakukan penyesuaian pada komunikator, isi pesan, atau media yang digunakan.

e. Akibat (*Effect*)

Akibat merupakan perubahan yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan, yang dapat dilihat dari perbedaan pemikiran, perasaan,

dan perilaku sebelum dan sesudah komunikasi berlangsung. Efek ini bisa mempengaruhi tiga aspek: pengetahuan, sikap, dan tingkah laku penerima pesan, baik berupa perubahan baru maupun penguatan terhadap keyakinan yang sudah ada.

f. Umpan balik (*feedback*)

Feedback atau umpan balik adalah respons yang muncul sebagai hasil dari proses komunikasi. Umpan balik ini tidak hanya berasal dari efek pesan yang disampaikan, tetapi juga bisa timbul dari cara penyampaian pesan dan media yang digunakan.

g. Lingkungan

proses komunikasi dipengaruhi oleh berbagai faktor lingkungan yang terbagi dalam empat kategori utama - lingkungan fisik, kondisi sosial budaya, aspek psikologis, serta dimensi waktu. (Effendy et all, 2024)

2.1.3 Intensitas Komunikasi

Konsep intensitas komunikasi berakar dari teori penetrasi sosial yang dikemukakan oleh Devito, (2009); dalam *et al.*, Wijaya dan Loisa, (2024). Dalam teorinya, dijelaskan bahwa setiap individu memiliki berbagai lapisan dalam dirinya - mulai dari pengalaman hidup, wawasan yang dimiliki, ide-ide, cara bersikap, pola pikir, hingga tindakan yang dilakukan. Sementara itu, yang dimaksud dengan intensitas komunikasi sendiri dapat dipahami sebagai tingkat kedalaman serta cakupan pesan yang terjadi ketika dua individu atau lebih berkomunikasi.

Dari definisi intensitas komunikasi yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa intensitas komunikasi merujuk pada tingkat kedalaman interaksi dan komunikasi antara pihak yang menyampaikan pesan (komunikator) dan pihak yang menerima pesan (komunikan). Intensitas komunikasi ini dapat dinilai berdasarkan frekuensi dan juga durasi komunikasi yang dilakukan pelaku komunikasi.

- a. Frekuensi: Frekuensi komunikasi mengacu pada seberapa sering seseorang melakukan aktivitas komunikasi, khususnya dalam penggunaan media sosial. Hal ini dapat diukur berdasarkan periode waktu tertentu, seperti tiga

kali seminggu atau empat kali sebulan, sesuai dengan kebutuhan pengukuran yang ditentukan.

- b. Durasi: Durasi komunikasi merujuk pada rentang waktu yang dihabiskan dalam satu sesi komunikasi. Waktu ini dapat bervariasi, mulai dari kurang dari satu jam hingga beberapa jam (seperti dua atau tiga jam) per sesi, tergantung pada kebutuhan dan situasi komunikasi yang berlangsung.

2.1.4 Motif Komunikasi

R. S. Woodworth menjelaskan bahwa motif ialah sesuatu hal yang mengakibatkan individu melakukan tindakan atau aktivitas tertentu (Nisrina, Dkk. 2022). Dengan begitu, peneliti fokus pada penelitian yang dikembangkan oleh Papacharissi dan Rubin. Hal ini didasari oleh adanya kebutuhan mengonsumsi media yang ditandai dengan perhatian, kepercayaan, dan evaluasi. Kebutuhan – kebutuhan tersebut membentuk pola dan kebiasaan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dalam menggunakan aplikasi *Threads*, terutama yang berkaitan dengan lingkup pertemanan dan jenis konten yang paling sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Menurut Papacharissi dan Rubin, terdapat lima asumsi dalam teori motif, yaitu :

- a. Motif Hiburan (*entertainment*)

Mendorong setiap individu dalam mencari sesuatu yang berbeda dari kesehariannya, menawarkan aktivitas ringan dan santai. Motif ini memberikan rangsangan positif dan juga membantu menghilangkan emosi dan rasa bosan dalam beraktivitas setiap harinya.

- b. Motif Kenyamanan (*convenience*)

Motif ini terjadi karna adanya dorongan untuk mengekspresikan diri melalui perilaku yang dipengaruhi oleh nilai – nilai yang ditampilkan di media, serta membantu meningkatkan kesadaran dan pemahaman seseorang terhadap dirinya sendiri.

- c. Motif Melewatkan Waktu Luang (*passing time*)

Motif ini tergerak ketika seseorang untuk menghibur diri dan diwujudkan dengan meluangkan waktu menikmati berbagai konten yang tersedia di suatu *platform* sosial media.

d. Motif Hubungan Antar Pribadi (*utility*)

Terjadi ketika adanya kebutuhan atau keinginan akan sesuatu yang sebelumnya belum pernah terpenuhi, diikuti dengan perasaan puas Ketika kebutuhan tersebut akhirnya tercapai.

e. Motif Pencarian Informasi (*seeking information*)

Motif ini muncul karena adanya dorongan untuk berinteraksi sosial demi memperoleh pengetahuan baru, yaitu informasi yang dapat membantu individu memilih apa yang dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam bergaul dengan lingkungan sosial.

2.2. Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

2.2.1. Pengertian Pola Komunikasi

Definisi dari pola komunikasi itu sendiri ialah bagaimana seseorang individu ataupun kelompok dalam berkomunikasi. Menurut Djamarah (2002) Pola komunikasi merujuk pada format atau organisasi dari hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan. Tujuannya adalah agar pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan benar oleh pihak yang menerima. Pola komunikasi merujuk bagaimana individu atau kelompok itu berkomunikasi, Ngalimun (2018) pola komunikasi merujuk pada metode atau strategi dalam berkomunikasi di mana pengirim pesan mencari cara optimal dalam menyampaikan pesan kepada penerima. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan respons atau umpan balik dari proses komunikasi yang dilakukan. Menurut Purwasito Andrik (2002), pola komunikasi dapat diartikan sebagai metode atau sistem yang digunakan individu maupun kelompok dalam melakukan komunikasi, yang berlandaskan pada berbagai teori komunikasi untuk menyampaikan pesan atau mempengaruhi penerima pesan. Sifat komunikasi sendiri bersifat dinamis dan dapat beradaptasi sesuai kebutuhan. Yang menarik, efektivitas pola komunikasi sangat bergantung pada penggunaan simbol-simbol bahasa yang telah disepakati bersama oleh kelompok yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Jadi, pola komunikasi mengacu pada bagaimana suatu kelompok atau individu mengkonstruksi dan menyampaikan pesan berdasarkan kerangka teori

komunikasi, dengan mempertimbangkan fleksibilitas proses komunikasi serta penggunaan simbol-simbol bahasa yang disepakati bersama.

Merujuk pada pola komunikasi yang terstruktur dan berulang secara teratur, Komunikasi ritual dipandang sebagai sarana yang baik bagi masyarakat dalam membangun dan memaknai kehidupannya dalam relasi antar sesama. Menurut Samovar (2014:130), ritual atau tindakan seremonial secara alamiah bukanlah agama, melainkan mengacu pada proses komunikatif yang melibatkan tindakan-tindakan simbolik yang dilakukan secara rutin dan berulang dalam suatu kerangka sosial dan budaya tertentu. Dan ini tidak selalu terkait dengan aspek keagamaan, melainkan dapat mencakup praktik-praktik komunikatif dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Dalam konteks sosiologi atau ilmu komunikasi, perilaku simbolik dapat juga merujuk pada tindakan-tindakan yang digunakan untuk mengekspresikan identitas, nilai, atau norma dalam suatu masyarakat sehingga interaksi simbolik dinilai sangat penting dalam memahami bagaimana makna dan interpretasi dibangun dalam konteks sosial.

Menurut Sulaeman dan Malawat (2018:8), ritual merupakan salah satu bentuk dari komunikasi. Seluruh bentuk ritual memiliki unsur komunikatif di dalamnya. Ritual dipandang sebagai tindakan simbolik yang terjadi dalam konteks sosial, dan dianggap sebagai suatu bentuk ekspresi. Inti dari pernyataan ini adalah bahwa ritual tidak hanya dipandang sebagai aktivitas keagamaan atau seremonial, melainkan juga sebagai manifestasi dari proses komunikasi yang bersifat simbolik dan kontekstual dalam lingkungan sosial. Ketika menyadari bahwa ritual merupakan salah satu bentuk komunikasi, maka konsep komunikasi ritual pun muncul.

Komunikasi ritual sendiri pertama kali diperkenalkan oleh James W. Carey dalam karya yang dirujuk oleh Sulaeman dan Malawat (2018: 33), menjelaskan *“In a ritual definition, communication is linked to terms such as sharing, participation, association, fellowship, and the possession of a common faith”*. Secara singkat, komunikasi dalam perspektif ritual melibatkan berbagi, berpartisipasi, berasosiasi, bersekutu, dan memiliki keyakinan yang sama di antara individu-individu yang terlibat. Maksudnya adalah, pada konteks ritual,

komunikasi melibatkan aspek-aspek seperti pertukaran makna dan pemahaman bersama, keterlibatan aktif dari para peserta ritual, terbentuknya ikatan sosial antar peserta, adanya rasa kebersamaan dan keberpaduan, serta kesamaan sistem kepercayaan di antara peserta ritual.

2.2.2. Jenis-jenis Pola Komunikasi

Komunikasi merupakan proses terstruktur yang bertujuan untuk menjelaskan prinsip-prinsip penyebaran informasi dan proses terbentuknya opini serta perilaku (Sentosa, 2015). Selain itu, pada penelitian Kurnia (2018), dijelaskan juga bahwa pola komunikasi memiliki jenis-jenisnya tersendiri yang diuraikan sebagai berikut:

- a. Pola Satu Arah, merupakan komunikasi searah di mana komunikator menyampaikan pesan (dengan atau tanpa media) kepada komunikan yang berperan pasif sebagai penerima pesan tanpa memberikan umpan balik.
- b. Pola Dua Arah, terjadi pertukaran peran antara komunikator dan komunikan secara bergantian. Meski komunikator utama memulai dan memiliki tujuan spesifik, proses berlangsung dialogis dengan umpan balik langsung dari kedua pihak.
- c. Pola Multi Arah Melibatkan komunikasi dalam kelompok yang lebih besar, di mana semua peserta dapat berperan sebagai komunikator maupun komunikan sambil bertukar pikiran secara dialogis.

2.3. Tinjauan Tentang Jaringan Komunikasi

2.3.1. Pengertian Jaringan komunikasi

Jaringan komunikasi ialah terdiri dari beberapa individu atau kelompok yang saling berinteraksi dan bertukar informasi satu sama lain melalui saluran komunikasi tertentu. Jaringan ini mencakup hubungan formal dan informal antar anggota yang memungkinkan pertukaran berita dan informasi.

Menurut Rogers dan Kincaid (1981) ialah sebuah jaringan yang terbentuk dari satu individu dengan individu lainnya yang saling terhubung, Jaringan komunikasi dihubungkan oleh arus komunikasi yang terstruktur. Demikian

pula menurut Hanneman dan McEver yang dikutip oleh Djamali (1999), jaringan komunikasi mengacu pada pertukaran informasi yang berlangsung secara teratur antara dua orang atau lebih. Jaringan komunikasi memiliki pola yang jelas dari suatu kelompok, dan jaringan tersebut menunjukkan bagaimana sebuah kelompok bersatu atau terikat satu sama lain, sebagaimana disampaikan oleh Leavitt (1992).

2.3.2 Analisis Jaringan Komunikasi

Analisis jaringan komunikasi adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan jaringan sosial serta struktur jaringannya, juga untuk memahami hubungan antar aktor di dalamnya. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui pola arus komunikasi antara individu-individu dalam suatu sistem (Soenar, Hainun Mardhiyyah, 2021). Eriyanto (2014) memberikan penjelasan mengenai konsep - konsep dalam jaringan komunikasi seperti jaringan, keterhubungan atau relasi, *homofili*, *dyad*, serta kebersamaan dan keseimbangan. Jaringan komunikasi adalah metode untuk menemukan struktur komunikasi, popularitas aktor, dan jumlah kelompok dalam suatu jaringan. Eriyanto, juga menjelaskan pada analisis jaringan, populasi terbagi menjadi dua jenis, populasi realis dan populasi nominalis. Pada populasi realis, peneliti memungkinkan responden menyebutkan semua orang yang mereka hubungi tanpa batasan ruang dan wilayah, sehingga responden dapat menyebutkan individu diluar kelompok mereka. Sebaliknya, populasi nominalis memberi peneliti kesempatan untuk menetapkan batasan sesuai dengan tujuan penelitian.

Sedangkan Gruzd, Paulin, & Haythornthwaite (2016) menjelaskan bahwa analisis jaringan komunikasi dapat dijadikan acuan agar dapat meneliti struktur jaringan komunikasi yang hanya fokus pada karakteristik jaringan seperti aliran informasi, peran, posisi, *style* dan norma serta topik yang dibahas dalam sebuah komunitas (Tjahyana, 2021).

1. Peran-peran Dalam Jaringan Komunikasi

Dalam proses difusi, untuk mendapatkan informasi, dalam jaringan komunikasi terdapat peranan-peranan sebagai berikut (Rogers, 1981:25):

- a. *Star* yaitu orang yang menjadi pemusatan jalur informasi dari individu lainnya dalam suatu jaringan komunikasi
- b. *Neglectee* yaitu orang yang memilih untuk mendapatkan suatu informasi tapi tidak dipilih sebagai sumber informasi
- c. *Isolate*, yaitu mereka yang tersisih dalam suatu kelompok/sub kelompok
- d. *Opinion Leader*, yaitu orang yang menjadi pemuka pendapat dalam suatu jaringan komunikasi
- e. *Liaison*, yaitu orang yang menghubungkan dua atau lebih kelompok/sub kelompok, namun bukan anggota dari salah satu kelompok/sub kelompok tersebut.
- f. *Gatekeeper*, yaitu orang yang melakukan penyaringan terhadap informasi yang masuk sebelum dikomunikasikan kepada anggota kelompok/sub kelompok.
- g. *Bridge*, yaitu anggota dari suatu kelompok/sub kelompok yang berhubungan dengan kelompok/sub kelompok lainnya.
- h. *Kosmopolit*, yaitu seseorang dalam kelompok/sub kelompok yang menghubungkan kelompok/sub kelompok tersebut dengan kelompok/sub kelompok lainnya atau pihak luar.

2.4. Jaringan Sosial

2.4.1 Pengertian jaringan sosial

Dalam kehidupan sosial, manusia selalu membutuhkan interaksi dengan sesamanya, baik secara personal maupun kelompok. Pola interaksi ini membentuk jaringan sosial yang terdiri dari berbagai hubungan dan koneksi. Castells (2000) menjelaskan bahwa masyarakat jejaring terbentuk melalui tiga fase historis: revolusi teknologi di tahun 1920-an, restrukturisasi kapitalisme pada 1980-an, dan munculnya gerakan sosial-budaya di era 1960-1970an. Van Dijk (2006) melengkapi pemahaman ini dengan mendefinisikan jaringan sosial sebagai sistem yang terdiri dari aktor-aktor sosial (nodes) yang saling terhubung dan berinteraksi satu sama lain (links), meskipun dalam konteks yang abstrak.

Teori jaringan sosial seringkali membahas antara satu aktor (individu atau kelompok) dengan aktor lainnya. Ciri-ciri karakteristik utama dari teori ini ialah fokus pada tingkat yang lebih kecil, yang berarti bahwa pelaku bisa jadi seorang individu, kelompok, Perusahaan, atau bahkan masyarakat (Wellman, 1983 dalam Ritzer, 2004).

berdasarkan penjelasan dalam buku yang ditulis oleh Hidayaturrahman et.al, 2020 mengenai tiga jenis jaringan sosial menurut Kedhusin (Rudito, Famiola 2008:147):

1. Jaringan Individu (*Ego-Centric Network*): Jaringan sosial yang berpusat pada individu atau ego sebagai modal tunggal. Struktur dan batasan analisisnya terfokus pada hubungan-hubungan yang dimiliki oleh individu tersebut, seperti pertemanan dekat seseorang.
2. Jaringan Sosial (*Social-Centric Network*): Jaringan sosial yang menggambarkan model dan batasan analisisnya berdasarkan pola hubungan yang terjadi pada suatu kelompok atau komunitas sosial yang terdefinisi, seperti jaringan antar mahasiswa dalam satu kelas, jaringan karyawan dalam satu organisasi, atau jaringan manajemen dalam satu perusahaan.
3. Jaringan Terbuka (*Open System Network*): Jaringan sosial yang memiliki batasan yang dianggap tidak terlalu penting atau kabur, sehingga mencakup ruang lingkup yang lebih luas, seperti jaringan politik, jaringan antarpersahaan, atau jaringan antara mahasiswa di berbagai institusi pendidikan.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa jaringan sosial merupakan representasi dari semua hubungan yang relevan antara simpul-simpul yang dianalisis. Jaringan ini juga dapat digunakan untuk mengukur modal sosial dari individu. Konsep jaringan sosial sering diilustrasikan melalui diagram, di mana simpul digambarkan sebagai titik dan hubungan antar simpul ditampilkan sebagai garis penghubung.

2.4.2 Manfaat Media Jaringan Sosial

Media jaringan sosial pada umumnya merupakan *platform* yang disediakan secara gratis dengan diberi ketentuan – ketentuan tertentu dan umumnya berbasis *online*, menyediakan berbagai fitur menarik serta membantu para pengguna dalam membangun dan mendukung terjadinya jaringan, baik dalam konteks pertemanan, bisnis, komunitas penggemar, pencarian teman lama, dan sebagai lain sebagainya.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi yang ada saat ini internet di tanah air maupun didunia mengalami adanya adaptasi teknologi, sehingga dengan begitu pengguna media sosial bebas memilih jaringan sosial *online* yang mana saja yang mereka sukai, seperti contoh pada saat ini sudah ada aplikasi seperti *Facebook, Line, Twitter, Instagram*, dan yang terbaru pada saat ini dan sempat mengalami kenaikan yang sangat signifikan adalah *Threads*.

2.5. Teori Pola Komunikasi

Pada penelitian ini, untuk menjelajahi lebih dalam terkait pola komunikasi yang terdapat pada *Threads* dikalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang, penting untuk merujuk pada teori – teori yang mendasari hubungan sosial di media digital terbaru. Sehingga, untuk teori pola komunikasi peneliti menggunakan beberapa teori pola komunikasi dari beberapa ahli yang ada.

Teori komunikasi Lasswell (Kurniawan, 2018) dapat menjelaskan bagaimana mahasiswa UMM (who) membagikan cerita dan informasi sehari-hari mereka (says what) lewat aplikasi *Threads* (in which channel) kepada teman-teman kuliah mereka (to whom). Aktivitas komunikasi ini menghasilkan dampak berupa terjalinnya pertemanan yang lebih dekat dan mudahnya bertukar informasi penting tentang perkuliahan antar mahasiswa (with what effect). Dengan cara ini, *Threads* menjadi alat komunikasi yang membantu mahasiswa UMM untuk tetap terhubung dan berbagi informasi dengan mudah.

Merujuk pada teori intensitas komunikasi yang dikemukakan oleh Devito, (2009); dalam *et al.*, Wijaya dan Loisa, (2024) teori ini menjelaskan bahwa setiap orang memiliki beragam lapisan dalam dirinya (seperti pengalaman, wawasan, ide, sikap, pola pikir, dan tindakan), sementara Intensitas komunikasi merujuk pada

tingkat kedalaman dan keluasan pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi antar individu. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, intensitas komunikasi menggambarkan seberapa dalam hubungan komunikasi yang terjalin antara pemberi dan penerima pesan, Intensitas komunikasi ini dapat dinilai berdasarkan frekuensi dan juga durasi komunikasi yang dilakukan pelaku komunikasi.

Selanjutnya,, untuk teori motif komunikasi peneliti mengambil teori yang dijelaskan Papacharissi & Rubin (2000) yang menjelaskan bahwa terdapat beberapa motif yang mendorong seseorang untuk menggunakan sosial media, yakni motif hiburan, meluangkan waktu, dan juga motif pencarian informasi. Dengan begitu, peneliti fokus pada penelitian yang dikembangkan oleh Papacharissi dan Rubin. Hal ini didasari oleh adanya kebutuhan mengonsumsi media yang ditandai dengan perhatian, kepercayaan, dan evaluasi. Kebutuhan – kebutuhan tersebut membentuk pola dan kebiasaan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dalam menggunakan aplikasi *Threads*, terutama yang berkaitan dengan lingkup pertemanan dan jenis konten yang paling sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

2.6. Teori Jaringan Komunikasi Menurut Gruzd Dkk.

Sementara itu untuk teori jaringan komunikasi peneliti menggunakan pemaparan Gruzd, Paulin, & Haythornthwaite, (2016); dalam *et al.*, Tjahyana, (2021), menyebutkan analisis jaringan komunikasi dapat digunakan sebagai acuan untuk meneliti struktur jaringan komunikasi dengan hanya fokus pada karakteristik-karakteristik jaringan itu sendiri, seperti aliran informasi, peran-peran yang dimainkan oleh aktor-aktor, posisi atau kedudukan mereka dalam struktur jaringan, pola interaksi serta nilai-nilai yang berlaku, serta topik-topik yang dibahas dan didiskusikan dalam komunitas jaringan tersebut. Jadi, jaringan komunikasi dapat dilakukan dengan mengkaji karakteristik-karakteristik internal dari struktur jaringan, tanpa perlu melihat faktor-faktor eksternal, sehingga fokus analisisnya adalah pada dinamika jaringan itu sendiri. Maka dari itu, dengan menggabungkan perspektif dari teori yang ada, penelitian ini berupaya memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana pola komunikasi yang berbeda di *Threads* berpengaruh pada pembentukan jaringan sosial di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang.

2.7. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian sebelumnya, peneliti berharap bisa melihat persamaan dan ketidaksamaan antara penelitian sebelumnya. Pencarian ini juga dapat membandingkan persamaan dan perbedaan antara pencarian sebelumnya dan pencarian saat ini.

No	Penulis Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Sidiq, Adi Permana (2019)	Pola Komunikasi Mahasiswa di Media Sosial (Studi Etnografi Komunikasi Pada Mahasiswa USB YPKP)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Teknik pengumpulan data pengamatan tidak berperan serta, wawancara mendalam, FGD, dan studi literatur	Penelitian ini menghasilkan penemuan tentang motif mahasiswa menjadi anggota group WA yang beragam, mulai dari bahasa, tema, dan topik yang beragam	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa peneliti lebih berfokus kepada respon dan alasan dibalik mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi USB YPKP Angkatan 2016 yang ikut kedalam grup kelas <i>Whatsapp</i> . Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti merujuk pola komunikasi dalam jaringan Komunikasi pengguna di lingkungan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dalam menggunakan aplikasi <i>Threads (Instagram)</i>
2	Aripadono, Heru	Penerapan Komunikasi	Pendekatan kuantitatif	Peneliti menemukan	Penelitian yang ditulis oleh Heru Wijayanto

	Wijayanto (2020)	Digital Storytelling Pada Media Sosial <i>Instagram</i>	dengan metode deskriptif	bahwa penggunaan storytelling dapat meningkatkan jangkauan, impresi dan interaksi <i>Instagram</i> SocipreneurID. Organisasi perlu efektif memanfaatkan media sosial storytelling untuk menyampaikan pesan sesuai dengan motivasi dan tujuan kepada pengguna	Aripadono berfokus pada pemanfaatan <i>soial media analytics</i> pada <i>Instagram Insight</i> . Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti memilih menggunakan metode pendekatan <i>Mix Methods</i> (metode campuran). Penelitian peneliti mengambil studi kasus dengan menganalisis pola komunikasi dan jejaring komunikasi media pada pengguna aplikasi <i>Threads</i> di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang
3	Mulia, Cut Aja (2023)	Pola Komunikasi Mahasiswa dalam Komunikasi Virtual Pada Aplikasi <i>WhatsApp</i>	Menggunakan metode <i>library research</i> atau penelitian kepustakaan	Dengan hasil penelitian ini dapat mengetahui bagaimana pola komunikasi mahasiswa dalam komunikasi	Penelitian ini ditulis oleh Cut Aja Mulia hanya berfokus pada komunikasi virtual dengan mengukur jarak untuk memerlukan pengetahuan perubahan komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode <i>library research</i> dengan membandingkan dan

				<p>virtual pada aplikasi <i>WhatsApp</i> berupa Video Call, Chat Group, dan Personal Chat</p>	<p>menambahkan referensi dari sumber buku, jurnal, dan artikel. Kemudian perbedaan disini terletak pada objek penelitian yang dibahas yaitu <i>Whatsapp</i>. Sedangkan pada penelitian peneliti lebih berfokus kepada pola dan jejaring sosial pengguna media sosial "<i>Threads</i>" di lingkungan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang dengan metode penelitian <i>Mix Methods</i> atau metode pendekatan campuran dan observasi.</p>
--	--	--	--	---	--

