

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Massa

Sebagai makhluk sosial, manusia selalu terlibat dalam proses komunikasi, yang bertujuan untuk menyampaikan dan menerima berita. Ini sejalan dengan pandangan Harold D. Lasswell yang merumuskan proses komunikasi dengan pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect?*”, ini menggambarkan tahapan komunikasi yang dimulai dari komunikator yang mengirimkan pesan melalui media, sarana, atau saluran yang relevan, terutama dalam komunikasi jarak jauh. Berita disampaikan kemudian diterima komunikan dan menimbulkan dampak sebagai hasil dari pesan tersebut. Berdasarkan lima unsur tersebut, muncul pula elemen tambahan berupa *feedback* atau umpan balik, yaitu respons komunikan setelah menerima pesan (Mulyana, 2010).

Komunikasi dapat berlangsung kapanpun dan dimanapun, tergantung pada situasi, termasuk jika terdapat hambatan jarak yang jauh. Berdasarkan jumlah partisipan yang terlibat, komunikasi dibagi ke dalam kategori yaitu komunikasi massa, yang melibatkan banyak orang atau khalayak luas yang tersebar di berbagai lokasi.

Dalam komunikasi massa, pesan disampaikan secara umum, cepat, dan serentak melalui berbagai media, seperti surat kabar, radio, atau televisi. Khalayak dalam komunikasi massa cenderung bertindak sebagai penikmat media. Bittner, dalam pandangan yang dikutip oleh Khomsahrial Romli, mendefinisikan komunikasi massa sebagai penyampaian pesan melalui media massa kepada sejumlah orang (Romli, 2016). Maletzke juga menambahkan bahwa komunikasi

massa adalah bentuk komunikasi yang memberikan gambaran konkret kepada publik secara terbuka dengan penyebaran secara tidak langsung dan satu arah (Romli, 2016).

Hiebert, Ungurian, dan Bohn menguraikan bahwa komunikasi massa melibatkan berbagai komponen, termasuk media, regulasi, filter, audiens, dan umpan balik. Dalam prosesnya, berbagai pihak bertindak sebagai komunikator, seperti pemilik media, produser, aktor.

Banyaknya peran komunikator dalam komunikasi massa menjadikan karakteristiknya semakin kompleks, karena pesan yang akan disampaikan harus melalui serangkaian proses sebelum mencapai khalayak. Hal ini dikarenakan informasi dalam media tidak dapat disampaikan secara langsung atau mentah; terdapat regulasi, kode etik, serta batasan tertentu yang harus dipatuhi (Romli, 2016). Dengan perkembangan zaman komunikasi telah mengalami kemajuan, terutama dalam hal penyebaran informasi. Munculnya media baru berbasis internet membawa inovasi dalam komunikasi, di mana kini tidak lagi terbatas pada satu arah, melainkan memungkinkan terjadinya interaksi dua arah.

Harold D. Lasswell menjelaskan bahwa peran komunikasi massa untuk informasi dan hiburan. Wright mengidentifikasi pada empat bagian: pemantauan terhadap apa yang terjadi. Secara berkelanjutan bertujuan untuk menemukan, meneliti, mengumpulkan, dan mendistribusikan informasi kepada masyarakat. Fungsi korelasi, yakni aktivitas yang menyatukan berbagai aspek komunikasi tersebut, memiliki peran penting dalam mobilisasi, yaitu proses yang menggerakkan komunitas menuju tujuan bersama.

Fungsi pendidikan komunikasi massa berfungsi untuk meningkatkan integritas masyarakat dan mengurangi ketidakpastian sosial. Fungsi hiburan meningkatkan kapasitas, hiburan yang disediakan media merupakan sesuatu yang disukai semua orang. Beberapa kajian

membahas ciri-ciri komunikasi massa menunjukkan bahwa karakteristik ini memiliki pengaruh signifikan terhadap pola sosial dalam masyarakat. Komunikasi massa berpotensi mempengaruhi perilaku individu sehingga dapat menimbulkan kecenderungan ketergantungan pada media. Karakteristik yang dikemukakan oleh para ahli tersebut juga memiliki efek terhadap penggunaan media sosial.

2.2 Media Sosial

Philip Kotler dan Kevin Keller mengungkapkan bahwa sarana bagi konsumen untuk berbagi teks, gambar, video, dan audio. Sedangkan, menurut Chris Garrett media sosial merupakan komunikasi yang memfasilitasi hubungan satu dengan lainnya serta memiliki tujuan yang sama. Dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat bantu yang menghubungkan antara komunikator kepada komunikan melalui perantara yang intinya ingin menyampaikan pesan itu dapat tersalurkan dengan baik kepada komunikan. Melalui media sosial, pengguna dapat dengan mudah berbagi informasi, dan menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai tujuan. Kemudahan ini memungkinkan interaksi yang lebih aktif dan kolaboratif di antara pengguna, serta memfasilitasi pembentukan komunitas berdasarkan minat dan tujuan yang sama.

Di Indonesia media sosial menjadi salah satu tren komunikasi yang semakin hari semakin meluas, dan berkembang secara efektif, yang digunakan oleh sebagian masyarakat dalam melakukan hubungan terhadap sesama. Di jaman sekarang media sosial telah mengalami perubahan yang signifikan dikarenakan media sosial telah menjangkau berbagai kepentingan komunikasi untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dengan hadirnya media sosial membuat kita semakin mudah dalam mengakses hal apapun dengan menggunakan *smartphone*. Oleh karena itu, media sosial menjadi alat utama berkomunikasi dengan individu yang berada jauh atau di kota

yang berbeda. Kemampuannya untuk menghubungkan orang-orang dari berbagai lokasi secara *real-time* memungkinkan pertukaran informasi dan interaksi yang lebih mudah, sehingga mengurangi batasan geografis dalam komunikasi.

Nasrullah berpendapat bahwa media sosial adalah media internet yang mana penggunanya dapat menyampaikan mengenai dirinya, melakukan interaksi, melakukan kerja sama, melakukan komunikasi, membentuk kumpulan pengguna sosial media secara virtual, dan bahkan bisa saling berbagi sesama pengguna lainnya. Pada zaman ini, internet dapat menjanjikan media sosial sebagai media baru yang mampu berperan penting sebagai alat komunikasi bagi manusia.

2.2.1 Jenis Media Sosial

Berikut adalah jenis media sosial menurut Fandi dalam Nurudin (2012):

- a. Kolaboratif: Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk membuat konten yang diakses secara global.
- b. Blog dan Microblog: platform yang memberikan fasilitas kepada *user* untuk menyampaikan opini, pengalaman, atau kegiatan sehari-hari penulis. Contoh blog dan microblog.
- c. Komunitas Konten: Memungkinkan user untuk membagikan foto dan video dengan orang.
- d. Situs Jaringan Sosial: Memungkinkan user terhubung dengan orang lain melalui profil pribadi atau akun.
- e. Dunia Permainan Virtual: Permainan *multiplayer* di mana ratusan pemain dapat saling mendukung secara simultan. Pengguna berinteraksi menggunakan avatar pribadi mereka.

- f. Dunia Sosial Virtual: Mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet, yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dalam platform tiga dimensi dengan menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan di dunia nyata (Nurudin, 2012).

2.2.2 Ciri Media Sosial

- a. Konten dibagikan kepada khalayak umum.
- b. Isi pesan muncul tidak ada gerbang penghambat
- c. Konten diterima lebih cepat
- d. Medsos terdapat aspek fungsional seperti percakapan , berbagi, hubungan, reputasi dan kelompok. Kemendagri dalam (Surya, 2019).

Berikut adalah beberapa fungsi dan manfaat media sosial yang diidentifikasi:

- a) Mencari Berita : Media sosial menyimpan ribuan informasi, pengetahuan, dan berita terkini setiap harinya.
- b) Hiburan: Salah satu cara untuk meredakan suasana negatif adalah dengan mencari hiburan melalui permainan di media sosial.
- c) Komunikasi *Online*: Kemudahan akses media sosial dimanfaatkan oleh pengguna untuk berkomunikasi secara *online*.
- d) Menggerakkan Masyarakat: Media sosial mampu memobilisasi masyarakat dalam menanggapi isu-isu kompleks seperti politik, pemerintahan, serta masalah Suku, Agama, Ras, dan Budaya (SARA).
- e) Berbagi: Berbagi informasi di media sosial merupakan teknik yang berharga untuk mendistribusikan informasi kepada orang lain.

Melalui fungsi-fungsi ini, media sosial memainkan peran yang signifikan dalam kehidupan masyarakat modern, memungkinkan interaksi yang lebih luas dan cepat dalam berbagai aspek.

2.3 New Media

Media baru merupakan platform yang menyajikan konten dalam bentuk teks, audio, dan gambar yang disimpan dalam format digital. Distribusi media digital dilakukan dengan jaringan berkecepatan tinggi, yang mencakup kabel optik, *broadband*, satelit, dan sistem berbasis gelombang mikro (Flew, 2008). Media baru merujuk pada platform komunikasi yang terdesentralisasi, memungkinkan distribusi informasi melalui satelit, kabel, dan komputer. Ciri-cirinya mencakup:

- a. Desentralisasi: Informasi tidak lagi terpusat pada satu sumber.
- b. Keterlibatan Audiens: Audiens berperan aktif sebagai pengirim dan penerima pesan.
- c. Interaksi Dua Arah: Terjadinya komunikasi yang lebih interaktif, dengan umpan balik langsung.
- d. Fleksibilitas Konten: Pengguna dapat menentukan bentuk dan konten pesan secara bebas.

Media baru juga terkait dengan jaringan, dimana hubungan antar individu menjadi lebih penting daripada faktor penghubung lainnya. Fenomena ini, dikenal sebagai hubungan artikulasi, mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, politik, pemerintahan, budaya, dan gaya hidup.

2.4 Konsumsi Konten Media Sosial

Konsumsi konten di media sosial merujuk pada cara individu berinteraksi dengan mengakses, serta menyerap informasi yang disajikan melalui berbagai format seperti teks, gambar, video, dan audio di berbagai platform sosial. Pengguna media sosial cenderung menghabiskan waktu mereka untuk meninjau, membaca, serta berpartisipasi dalam interaksi dengan beragam konten yang diposting oleh pengguna lain atau akun resmi. Aktivitas konsumsi ini sering melibatkan tindakan menyukai, mengomentari, membagikan, atau menyimpan konten yang mereka anggap menarik.

Beberapa faktor seperti algoritma platform, preferensi pengguna, tren, serta jenis konten yang tersedia memiliki dampak signifikan terhadap cara konsumsi konten di media sosial. Pengguna sering membentuk pola konsumsi yang disesuaikan dengan minat serta kebutuhan pribadi mereka, menciptakan lingkungan media sosial yang dinamis dimana berbagai bentuk informasi, hiburan, dan interaksi sosial beredar. Seiring dengan kemunculan fitur-fitur baru dan perubahan tren, pola konsumsi konten di media sosial terus bertransformasi, mencerminkan dinamika masyarakat digital yang terus berkembang (Junaedi, Putri, dan Sukmono 2019).

2.5 Platform Instagram

Instagram dari kata "instan," yang merujuk pada jenis kamera Polaroid yang memungkinkan pengguna melihat foto secara langsung. "Gram" diambil dari "telegram," yang menyampaikan informasi dengan cepat. Seperti platform lainnya, Instagram memungkinkan pengguna mengunggah foto ke internet untuk berbagi informasi secara instan. Hal ini menjadikan Instagram sebagai media populer untuk bertukar informasi. Penggunaan Instagram yang mudah

berkontribusi pada pertumbuhannya yang pesat di kalangan pengguna muda (Sari & Basit, 2020).

Menu Instagram meliputi:

a. Beranda

Tempat ditampilkannya postingan paling terbaru.

b. Komentar

Menyampaikan ekspresi mengenai postingan antar pengguna baik itu komentar negatif dan positif.

c. Jelajah

Menjelajah beberapa foto atau video.

d. Profil

Menampilkan seperti, jumlah foto dan video yang sudah di upload, jumlah pengikut.

e. Story 24 Jam

Cerita digunakan oleh pengguna Instagram yang menampilkan foto dan video hanya bisa dilihat dalam waktu 24 jam saja.

Kegunaan media sosial yang memiliki wawasan dalam interaksi komunikasi menjadi visi dari Instagram, yang menyediakan berbagai aktivitas bagi penggunanya, sebagai berikut:

a. *Follow*: Fitur ini untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain.

b. Tombol Suka: Ikon "*like*" di Instagram, yang dianalogikan dengan simbol cinta, memungkinkan pengguna untuk menyukai gambar atau foto.

c. *Komentar*: Aktivitas *engagement* ini memungkinkan pengguna untuk memberikan pendapat mereka dalam bentuk komentar pada postingan.

d. *Mentions*: Digunakan untuk menyebut pengguna lain dengan menambahkan tanda (@) diikuti dengan nama akun Instagram yang dimaksud.

2.6 Motivasi

Secara umum, motivasi diartikan sebagai dorongan yang berfungsi sebagai kekuatan pendorong bagi seseorang untuk mencapai tujuannya, baik dalam konteks positif maupun negatif. Beberapa ahli mendefinisikan motivasi dengan cara yang berbeda. Menurut Uno (2007), motivasi adalah dorongan internal dan eksternal yang ditandai oleh adanya minat, kebutuhan, serta penghargaan. Sementara itu, Winardi (2007) mengartikan motivasi sebagai istilah yang berasal dari kata "*motivation*," yang berarti "menggerakkan," dan menyatakan bahwa motivasi merupakan hasil dari proses internal atau eksternal yang mendorong individu untuk bersikap antusias dan bertahan dalam menjalankan aktivitas tertentu.

Sadirman (2012:73-75) menjelaskan bahwa motivasi dari kata "*motif*," yang artinya sebagai daya penggerak yang aktif, mendorong seseorang melakukan aktivitas demi mencapai tujuan tertentu. Meskipun motivasi dapat dipicu oleh faktor eksternal, pertumbuhannya terjadi dalam diri individu. Dari pandangan para ahli tersebut, dinyatakan bahwa motivasi adalah kondisi yang mendorong atau menggerakkan seseorang untuk melakukan aktivitas dalam rangka mencapai tujuannya.

Faktor Pendorong Motivasi

Faktor Eksternal: Meskipun motivasi dapat bersumber dari dalam diri individu, terdapat banyak faktor eksternal yang dapat memicu motivasi tersebut. Contoh faktor eksternal ini mencakup dorongan dari lingkungan sosial, seperti dukungan dari teman atau keluarga, imbalan yang ditawarkan, dan pengakuan dari orang lain. Lingkungan kerja yang positif, tantangan yang menarik, serta penghargaan juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan motivasi individu.

Faktor Internal: Pertumbuhan motivasi sering kali terjadi dalam diri individu. Faktor-faktor ini meliputi kebutuhan, keinginan, dan harapan pribadi yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan. Misalnya, keinginan untuk belajar, meningkatkan diri, atau mencapai kebahagiaan dapat menjadi sumber motivasi yang sangat kuat.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penulis memilih untuk mengambil beberapa penelitian dari skripsi dan jurnal ilmiah yang telah dipublikasikan di internet :

Nama Peneliti	A.G Ristata Kusnar Prabawa, Rian Antony, Indra Sanjaya Tanureja
Tahun Penelitian	2022
Judul Penelitian	Motivasi dan Makna Mengikuti Media Sosial Instagram @Katolikmedia bagi Orang Muda Katolik

Tujuan	Untuk mengidentifikasi motivasi dan makna yang diperoleh oleh kaum muda Katolik saat mengikuti akun Instagram @katolikmedia.
Hasil Penelitian	Kaum muda Katolik menunjukkan ketertarikan mengikuti Instagram @katolikmedia karena kebutuhan mereka akan informasi dan inspirasi terkait iman Katolik. Minat dan antusiasme ini dipicu oleh cara penyajian konten yang kreatif dan menarik di akun tersebut.
Perbedaan Penelitian	Penelitian yang dilakukan oleh A.G Ristata Kusnar Prabawa, Rian Antony dan Indra Sanjaya Tanureja meneliti akun instagram yang berfokus pada konten keagamaan dan edukasi terkait iman Katolik, yang ditujukan untuk memberikan informasi serta inspirasi tentang ajaran dan nilai-nilai agama Katolik, objek yang diteliti adalah orang muda katolik. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada akun instagram yang membahas berita terkini dan informasi umum yang bersifat aktual, seperti isu politik, sosial, dan ekonomi. Akun ini menyajikan berita dengan pendekatan jurnalistik, bukan konten rohani, objek yang diteliti adalah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2020 dan lokasi penelitian di Universitas Muhammadiyah Malang.

Nama Peneliti	Nurul Fadzar Sukarni
Tahun Penelitian	2018
Judul Penelitian	MOTIVASI TRAVELLER MENGAKSES INSTAGRAM @AYOKELILINGINDONESIA
Tujuan	Penelitian ini mengidentifikasi motivasi para pelancong (traveller) dalam mengakses akun Instagram @ayokelilingindonesia yang menyediakan informasi

	tentang tujuan wisata di Indonesia. Penelitian juga ingin mengetahui apakah informasi yang disajikan oleh akun tersebut memiliki pengaruh terhadap minat para pelancong untuk mengunjungi berbagai destinasi wisata di Indonesia
Hasil Penelitian	Penelitian menemukan bahwa akun Instagram @ayokelilingindonesia memiliki peran penting dalam mempengaruhi para pelancong melalui gambar dan informasi yang menarik. Akun ini tidak hanya memberikan informasi visual yang menarik, tetapi juga menjadi sarana komunikasi antara para pelancong dan penyedia layanan wisata. Melalui sistem open trip dan private trip, akun ini berhasil menarik minat berbagai kalangan pelancong untuk mengikuti perjalanan yang diatur, serta memungkinkan interaksi sosial antara pelancong yang berpartisipasi
Perbedaan Penelitian	Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fadzar Sukarni berfokus pada akun instagram yang membahas informasi terkait destinasi wisata di Indonesia melalui akun Instagram @ayokelilingindonesia. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada akun instagram yang membahas berita terkini dan informasi umum yang bersifat aktual, seperti isu politik, sosial, dan ekonomi. Akun ini menyajikan berita dengan pendekatan jurnalistik, bukan konten rohani, objek yang diteliti adalah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2020 dan lokasi penelitian di Universitas Muhammadiyah Malang.

2.8 Teori Self Determination

Teori *Self-Determination* (SDT) merupakan kerangka teoretis yang menjelaskan dorongan internal manusia untuk memenuhi kebutuhan psikologis mendasar yang memotivasi individu dalam proses pengembangan diri dan pencapaian motivasi yang otonom (Ryan & Deci, 2000:3). Dalam teori ini, terdapat tiga kebutuhan psikologis utama yang diidentifikasi, yakni kebutuhan

akan kompetensi (Harter, 1978; White, 1963), keterkaitan sosial (Baumeister & Leary, 1995; Reis, 1994), serta otonomi (deCharms, 1968; Deci, 1975).

Penelitian ini secara khusus menyoroti kebutuhan akan kompetensi dan otonomi. Kebutuhan akan kompetensi didefinisikan sebagai dorongan individu untuk secara efektif mengelola tantangan yang dihadapi guna mencapai hasil yang optimal (White, 1963:44). Sementara itu, kebutuhan akan otonomi mencakup keinginan untuk menjadi pengendali utama atas tindakan yang diambil, sehingga individu merasa sebagai pencipta keputusan mereka sendiri (deCharms, 1968). Berdasarkan literatur terdahulu (Ryan & Deci, 2000:4), konsep "*perceived competence*" merujuk pada sejauh mana individu merasa bahwa kebutuhan mereka terhadap kompetensi telah terpenuhi, sedangkan "*perceived autonomy*" mengacu pada sejauh mana mereka merasa bahwa kebutuhan otonomi mereka telah terwujud.

Teori *Self-Determination* (SDT) menekankan sifat dasar motivasi dengan berfokus pada alasan mendasar di balik perilaku manusia. Asumsi utama teori ini adalah bahwa manusia merupakan organisme aktif yang berorientasi pada pertumbuhan. Secara alami, individu cenderung mengintegrasikan aspek-aspek psikologis mereka ke dalam kesatuan diri yang kohesif, sekaligus berupaya menghubungkan diri mereka dengan struktur sosial yang lebih luas.

Pendekatan ini mencerminkan bahwa motivasi bukan hanya tentang dorongan untuk mencapai tujuan tertentu, tetapi juga tentang bagaimana individu secara alami mencari keseimbangan antara kebutuhan internal dan hubungan eksternal dalam konteks sosial mereka.

Besarnya kebutuhan psikologis yang dijelaskan pada teori determinasi diri (*Self Determination Theory*) dimana terdapat tiga kebutuhan psikologis utama manusia diantaranya, *competence*, *autonomy*, dan *relatedness*. Ryan et al (2008) menyatakan bahwa kepuasan atas tiga

kebutuhan psikologis dasar terdapat di dalam teori determinasi diri yang mampu meningkatkan kesehatan mental seseorang seperti mengurangi depresi, kekhawatiran, dan kualitas hidup yang lebih tinggi.



Gambar 2. 1 Teori Self Determination

Inti dari teori *Self-Determination* (SDT) adalah pemenuhan tiga kebutuhan psikologis dasar yang dianggap penting untuk mendukung perkembangan, kesejahteraan, dan motivasi seseorang, yaitu:

- a. Autonomi: Kebutuhan untuk merasa memiliki kendali atas pilihan dan tindakan pribadi, serta menjalani kehidupan sesuai dengan nilai dan minat individu.
- b. Kompetensi: Kebutuhan untuk merasa mampu mengatasi tantangan, mengembangkan keterampilan, dan mencapai tujuan yang diinginkan.
- c. Keterhubungan (*Relatedness*): Kebutuhan untuk merasa terhubung secara emosional dengan orang lain melalui hubungan yang hangat, mendukung, dan bermakna.

Teori ini juga membedakan dua jenis motivasi utama:

- a) Motivasi Intrinsik: Dorongan untuk melakukan suatu tindakan karena individu merasa tertarik, senang, atau puas dengan aktivitas itu sendiri.
- b) Motivasi Ekstrinsik: Dorongan untuk melakukan suatu tindakan demi mencapai tujuan tertentu, seperti memperoleh hadiah, pengakuan, atau menghindari hukuman.

2.8.1 Relevansi Self-Determination Theory dalam Penelitian Media Sosial

Teori *Self-Determination* telah digunakan dalam berbagai studi untuk menjelaskan motivasi dalam penggunaan media digital dan konsumsi informasi (Ryan et al., 2006).

Dalam konteks penelitian ini, teori ini relevan karena:

- a. Mampu menjelaskan motivasi *followers* dalam mengonsumsi berita melalui akun Instagram berdasarkan faktor internal dan eksternal.
- b. Menyediakan kerangka analisis untuk memahami bagaimana konten berita memenuhi kebutuhan psikologis dasar *followers*.
- c. Membantu mengidentifikasi peran platform media sosial dalam membangun hubungan emosional dan intelektual dengan audiensnya.

Dengan demikian, penerapan teori *Self-Determination* dalam penelitian ini bertujuan untuk menggali alasan mendalam di balik perilaku *followers* akun Instagram @winnews_ dalam mengonsumsi berita. Teori ini membantu menjelaskan tidak hanya apa yang mereka lakukan, tetapi juga *mengapa* mereka melakukannya.