

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

BAB II dalam penelitian ini memuat kajian teoritis yang menjadi landasan analisis permasalahan. Kerangka teori yang disajikan berfungsi sebagai instrumen konseptual untuk mengkaji dan menganalisis variabel-variabel yang diteliti. Adapun teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Media Sosial

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli, Mandibergh mendefinisikan media sosial sebagai platform yang menjadi wahana kolaborasi antar pengguna dalam menghasilkan konten (*user-generated content*). Senada dengan pandangan tersebut, Boyd menjelaskan bahwasannya media sosial merupakan sebuah sekumpulan platform teknologi yang memungkinkan interaksi individu maupun komunitas untuk dapat berkumpul, berbagi, berkomunikasi, maupun melakukan kolaborasi dan aktivitas sosial lainnya (Nasrullah, 2021). Hubungan kedua definisi tersebut menghasilkan sebuah pemahaman komprehensif bahwa media sosial merupakan sebuah platform teknologi internet yang dapat memfasilitasi seseorang maupun komunitas untuk dapat merasakan berbagai bentuk interaksi sosial, termasuk komunikasi, kolaborasi dan pertukaran informasi antarpengguna (M, dkk., 2023).

Berdasarkan perkembangan mutakhir dari teknologi, kecanggihan teknologi yang terus berevolusi didukung oleh infrastruktur internet yang selalu berkembang telah melahirkan beragam platform media sosial dengan berbagai fungsi dan kepentingan bagi pengguna individu (Munzir & Zetra, 2019). Keberadaan dari berbagaimacam platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan Twitter menuntut seseorang untuk beradaptasi dalam penggunaan teknologi, dimana literasi digital menjadi prasyarat penting untuk mempermudah akses dan pemrosesan berbagi sumber informasi dalam ekosistem digital yang terus berkembang (Bao & Samosir, 2021).

Dalam sebuah karya akademis mereka (Munzir & Zetra, 2019), mengidentifikasitujuh fungsi utama media sosial yang saling berkaitan: (1) *Identify*, (2) *Conversations*, (3) *Sharing*, (4) *Presence*, (5) *Relationships*, (6) *Reputation*, dan (7) *Groups*.

- a) *Identify*, merepresentasikan mekanisme konstruksi dan manajemen identitas digital pengguna, yang mencakup pengaturan informasi personal seperti nama, usia, jenis kelamin, profesi, minat, lokasi geografis, serta representasi visual melalui foto.

- b) *Conversation*, mengacu pada infrastruktur komunikasi yang memfasilitasi dialogis antar pengguna dalam ruang digital, mencakup berbagai moda dan etika komunikasi yang berkembang
- c) *Sharing*, memperlihatkan ekosistem pertukaran konten digital yang memungkinkan proses distribusi, penerimaan, dan konsumsi berbagai format media teks, gambar, dan konten video.
- d) *Presence*, mengindikasikan kemampuan teknis dan sosial untuk mendeteksi ketersediaan serta mengakses keberadaan digital pengguna lain dalam jaringan.
- e) *Relationship*, merefleksikan jaringan keterhubungan sosial yang terbentuk melalui mekanisme pertemanan, pengikut, atau bentuk asosiasi digital lainnya antar pengguna.
- f) *Reputation*, memperlihatkan sistem pengolahan citra dan kredibilitas digital, baik dalam konteks persepsi terhadap pengguna lain maupun manajemen kesan diri sendiri.
- g) *Groups*, memfasilitasi formasi komunitas digital yang terstruktur berdasarkan kesamaan latar belakang, minat spesifik, atau karakteristik demografis tertentu.

Pada intinya media sosial adalah sebuah alat agar seseorang dapat melakukan bermacam-macam aktivitas sosial tanpa khawatir dibatasi lagi oleh hal apapun karena media sosial memiliki sifat yang dinamis, mudah diakses, dan sangat terbuka (Perangin-angin & Zainal, 2018).

2. Instagram

Instagram merupakan suatu platform media sosial yang cukup terkenal dan biasanya dipakai untuk memposting foto. Pengguna platform ini dapat mengunggah foto maupun video secara digital, menerapkan filters untuk dapat mengedit dan membagikannya kepada pengguna lainnya (Aziza, 2022).

Menurut (Ratnamulyani & Maksudi, 2018), Instagram adalah aplikasi yang dapat berbagi foto maupun video yang memungkinkan penggunanya untuk menerapkan filter dan membagikannya secara daring. Instagram memiliki bermacam-macam fitur yang kekinian dan menarik sehingga menjadikannya alasan mengapa ia sangat digemari.

Instagram sendiri bersifat efektif, praktis, efisien, informatif, dan dapat diakses oleh semua golongan masyarakat. Dari berbagai media sosial yang ada di era teknologi pada saat ini, Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat diminati oleh semua golongan masyarakat (Shinta & Putri, 2021). Instagram juga dapat menyajikan bermacam-macam kebutuhan informasi yang di perlukan oleh seseorang, baik itu mengenai

politik, budaya, maupun berita-berita terkini yang sedang populer ataupun tren. Semua itu dapat di akses dengan bebas melalui Instagram (Novian & Rusmono, 2021).

Instagram merupakan sebuah platform aplikasi yang memiliki berbagaimacam fitur. Fitur Instagram terus semakin bertambah, yang awalnya adalah aplikasi berbagi foto, tetapi sekarang Instagram sudah menjadi tempat untuk berbagi kreativitas secara daring dengan berbagaimacam fitur melalui stories, IG TV, IG Live, AR Filter, Reels, dan Instagram Music (Situmorang & Hayati, 2023).

Jadi dapat disimpulkan juga, bahwa Instagram merupakan aplikasi yang memiliki berbagaimacam fitur didalamnya untuk mempermudah seseorang untuk membagikan maupun mengakses pengalaman, kreativitas, informasi dan pengetahuan mereka secara daring dan terbuka oleh golongan masyarakat manapun.

3. Literasi Politik

Istilah literasi pada umumnya digunakan dalam bidang studi dokumen dan informasi (perpustakaan). Namun, pada saat ini literasi dipahami sebagai seperangkat keterampilan dalam eksplorasi informasi dan pelaksanaan hak (Neneng, 2022).

Berdasarkan pemikiran Benard Crick yang dikutip oleh (Fitriani, dkk, 2022), literasi politik didefinisikan sebagai sebuah pemahaman praktis terhadap konsep-konsep kehidupan bermasyarakat yang diwujudkan melalui bahasa dan perilaku

sehari-hari. Secara esensial, literasi politik merupakan integrasi holistik dari tiga unsur fundamental: pengetahuan teoritis, kompetensi keterampilan, dan disposisi sikap. Crick menegaskan bahwa cakupan literasi politik melampaui sekedar penguasaan pengetahuan kognitif tentang politik, melainkan lebih menekankan pada kapasitas individu untuk menjadi aktif yang efektif dalam ruang publik.

Literasi politik sangat berpotensi untuk membekali masyarakat bahkan generasi muda untuk memiliki basis pengetahuan, perfeksionisme, dan sisi tangguh intelektual (Imran, dkk., 2023). Adapun beberapa aspek yang dapat di perhatikan yaitu:

- a) Mempelajari dimana dan bagaimana membuat keputusan,
- b) Identifikasi hak untuk berpartisipasi,
- c) Mengidentifikasi ide-ide politik yang berbeda,
- d) Mengembangkan keterampilan dan kepercayaan nilai politik individu,
- e) Kemampuan terlibat dengan isu-isu politik dengan orang lain.

Berdasarkan aspek-aspek tersebut dapat diambil kesimpulan juga bahwasannya literasi politik mencakup mengenai Kognitif, Afektif, dan Behavior. Kognitif adalah bagaimana seorang individu memanfaatkan informasi politik yang

diperoleh, berikutnya adalah afektif adalah kemampuan untuk menyikapi isu politik yang ada dan terakhir behavior adalah kemampuan untuk mengekspresikan pemahaman politik tersebut (Lailiyah, dkk., 2018).

4. Generasi Muda

Dalam konteks kajian sosiologi, generasi muda umumnya didefinisikan sebagai kelompok demografis yang mencakup individu berusia 0 hingga 35 tahun. Secara lebih mendalam, (Perangin-angin & Zainal, 2018) menjelaskan bahwa secara sosiologis dan praktis, kelompok ini memiliki karakteristik pengalaman kolektif yang terbentuk melalui peristiwa historis besar yang dialami secara bersama-sama oleh masyarakat pada periode tertentu. Kesamaan pengalaman historis ini yang membentuk ikatan generasional dan mempengaruhi perspektif serta perilaku sosial mereka.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), generasi muda dalam konteks politik didefinisikan sebagai kelompok masyarakat yang hidup dalam periode waktu yang sama, secara fundamental selama masa pembentukan karakter (usia formatif 17-25 tahun). Berdasarkan Undang-Undang Kepemudaan (UU No. 40 Tahun 2009) memberikan batasan usia bagi pemuda adalah antara usia 16 hingga 30 tahun.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa usia rata-rata bagi generasi muda saat ini adalah di rentang usia 16 hingga 25 tahun.

B. Hasil Penelitian Yang Relevan

Bab ini menyajikan tinjauan sistematis terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus kajian dalam penelitian ini. Beberapa karya akademis yang menjadi rujukan utama akan dikaji secara kritis untuk membangun pijakan teoritis dan metodologis, serta untuk mengidentifikasi celah penelitian yang akan diisi melalui studi ini. Adapun sejumlah penelitian menjadi bahan analisis komparatif adalah sebagai berikut:

1. (Pratama & Yahya, 2023), Dalam penelitian ini menjelaskan jika media sosial merupakan sumber wawasan bagi para generasi muda. Selain itu, media sosial sendiri dapat menjadi wadah para kaum muda untuk menampung kritik yang akan di tujukan terhadap kebijakan pemerintah.
2. (Dwitama, dkk., 2022), Dalam penelitiannya menyimpulkan jika media sosial menjadi tempat partisipasi politik bagi masyarakat Tangerang Selatan dalam melakukan Pilkada 2020. Dengan adanya media sosial masyarakat menjadi mendapatkan akses informasi atau berita terkait pilkada 2020 Tangerang Selatan.
3. (Laksmitha & Susanto, 2019), Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa seiring berkembangnya zaman partisipasi politik setiap generasi berbeda. Generasi milenial saat ini lebih menggunakan

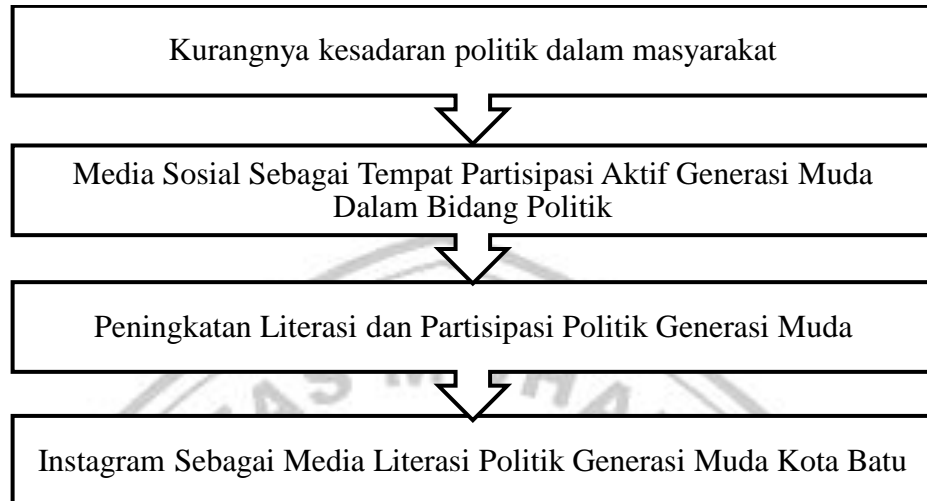
media sosial sebagai akses partisipasi politik dan digunakan secara meluas dan masif.

4. (Fajri, dkk., 2024), Terungkap jika media sosial dapat berpotensi menjadi katalisator signifikan dalam meningkatkan kesadaran politik generasi muda. Studi tersebut mengidentifikasi bahwa platform digital menyediakan akses yang mudah dan terjangkau bagi kaum muda untuk mengonsumsi informasi politik, membentuk ruang diskusi, serta membangun jejaring dengan individu-individu yang memiliki concern politik serupa. Temuan ini menggarisbawahi peran strategis media sosial sebagai infrastruktur partisipasi politik kontemporer.
5. (Jayus, dkk., 2024), Menyatakan bahwa media sosial akan terus menguatkan peran krusialnya dalam dinamika kampanye politik tahun 2024. Melalui berbagai platform digital seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan WhatsApp, tercipta interaksi dinamis antara kandidat dengan basis pendukungnya, sekaligus memanfaatkan fitur-fitur interaktif untuk membangun narasi dan engagement politik yang lebih organik.

C. Kerangka Berfikir

Media sosial sangat penting untuk masyarakat dalam meningkatkan kesadaran politik terutama bagi generasi muda. Dengan adanya beragam platform media sosial seperti Instagram, Tik Tok, WhatsApp, Twitter, dan Facebook, banyak sekali informasi politik yang dapat di serap oleh beragam golongan masyarakat.

Penelitian ini mengangkat topik mengenai “Instagram Sebagai Media Literasi Politik Generasi Muda Kota Batu” yang akan di analisis secara konseptual melalui penjelasan di bawah ini:



Gambar 1 Kerangka Berfikir

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, penelitian ini berawal dari kurangnya kesadaran politik di dalam masyarakat. Untuk mengatasi kasus tersebut, media sosial terkhususnya instagram menjadi fokus sebagai wadah partisipasi aktif bagi generasi muda. Melalui platform ini peningkatan literasi politik sebagai bentuk partisipasi politik di kalangan generasi muda kota Batu, dimana instagram di analisis perannya sebagai media yang efektif untuk menyampaikan informasi dan mendorong keterlibatan mereka dalam bidang politik.