

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi**

Sektor industri saat ini menghadapi tantangan transformasi masif, yang salah satunya dipicu oleh akselerasi teknologi informasi. Perkembangan ini mendisrupsi hampir seluruh dimensi kehidupan manusia, dengan industri majalah sebagai salah satu sektor yang mengalami tekanan paling signifikan. Kemunculan internet membagi lanskap media menjadi kategori konvensional dan media baru, yang sekaligus memicu prediksi mengenai ambang kepunahan media cetak, termasuk majalah. Kehadiran internet beserta pesatnya evolusi teknologi informasi dan komunikasi melahirkan media baru berbasis digital, yang secara mendasar menggeser pola perilaku masyarakat dalam mengakses media massa.

Migrasi massa dari media konvensional menuju platform digital berdampak langsung pada penurunan jumlah pembaca media cetak, seperti majalah HAI, khususnya pada segmen generasi muda. Fenomena penetrasi internet sebagai media baru ini mengindikasikan adanya preferensi kuat di kalangan masyarakat Indonesia untuk memperoleh berbagai komoditas informasi melalui kanal digital.

Media sosial adalah wadah berbasis dalam jaringan di mana tiap penggunanya dapat berpartisipasi maupun menciptakan isi dari suatu situs blog, jejaring sosial, atau wiki dengan bantuan internet (Nasrullah, 2017). Internet berasal dari dua kata yakni *Interconnection* dan *Networking* yang bermakna sebuah jaringan pada komputer dalam skala besar dan saling berhubungan sehingga dapat digunakan oleh seluruh orang di seluruh dunia (Sukri, 2024).

Media sosial menjadi wujud inovasi teknologi digital yang berfungsi sebagai instrumen penyebaran gagasan individu maupun kelompok kepada khalayak luas. Platform ini beroperasi dalam ekosistem komunikasi elektronik global yang memberikan ruang bagi pengguna untuk mengaktualisasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi demi tujuan bersama, mendistribusikan konten, serta membentuk jejaring sosial dalam ranah virtual yang mendunia (Nasrullah, 2017).

## 2.2 Instagram

Instagram merupakan salah satu platform jejaring sosial global dengan basis massa terbesar, yang memfasilitasi pengguna untuk mendistribusikan sekaligus mengonsumsi konten visual berupa foto dan video (Dwi & Kurniawati, 2016). Tingkat penetrasi aplikasi ini sangat tinggi di berbagai belahan dunia. Berdasarkan dokumentasi data dari Napoleon Cat pada kuartal keempat tahun 2021, kuantitas pengguna Instagram di Indonesia menyentuh angka 92,53 juta jiwa, yang mengindikasikan adanya ekspansi sebesar 3,9 juta pengguna atau tumbuh 4,37% dari kuartal ketiga pada tahun yang sama yang mencatat angka 88,65 juta pengguna.

Secara fungsional, Instagram beroperasi sebagai media digital untuk menyebarluaskan dokumentasi visual, rekaman video, ataupun fragmen aktivitas tertentu ke beragam jejaring sosial lainnya (Prihatiningsih, 2017). Selaras dengan fenomena tersebut, riset yang dirilis oleh TNS—lembaga analisis dan riset pasar asal Inggris—menunjukkan bahwa publik Indonesia cenderung memanfaatkan Instagram sebagai instrumen untuk menggali inspirasi, mendokumentasikan perjalanan, memantau tren terkini, serta menghimpun informasi spesifik, termasuk diskursus mengenai musik

Sebagai aplikasi yang mengakomodasi publikasi foto dan video secara seketika, fleksibilitas serta kemudahan operasional yang ditawarkan Instagram mendorong masyarakat untuk mengalihfungsikannya sebagai saluran informasi utama dalam merealisasikan berbagai pemenuhan kebutuhan mereka ((Septyami & Zuhri, 2022)

### 2.2.1 Fitur Dalam Instagram

Instagram memiliki beberapa fitur yang dapat digunakan oleh para penggunanya dalam mengunggah konten di dalam platform Instagram. Menurut Atmoko, 2012 fitur- fitur diantaranya sebagai berikut:

1. Instagram Feed post

Feed post merupakan konten foto atau video utama yang muncul di unggah oleh pengguna, konten yang di unggah di feeds akan ditampilkan di bagian profil pengguna Instagram.

## 2. Instagram Stories

Instagram stories adalah fitur Instagram yang dapat menampilkan foto dan video yang akan hilang otomatis dalam jangka waktu 24 jam

## 3. Instagram Reels

Instagram reel merupakan fitur yang tergolong baru muncul di platform Instagram. Fitur reels ini berisi tentang video dengan durasi yang panjang

Selain itu Atmoko juga menambahkan elemen yang harus ditambahkan ketika kita upload foto atau video yaitu, judul (Caption), judul dapat membantu menyampaikan pesan yang ada didalam foto. Tanda pagar (Hashtag), tanda pagar yang ditunjukkan simbol "#" untuk membantu mengkategorikan foto atau menemukan video yang dikategorikan. Fitur penanda lokasi, untuk menunjukkan dimana lokasi foto tersebut diambil.

Adapun aktifitas instagram menurut Antasari & Pratiwi, 2022 yang meliputi:

1. Follow: Aktifitas yang dilakukan untuk mengikuti atau menambah pertemanan di instagram.
2. Like: Suatu aktifitas instagram yang bertujuan untuk memberi like atau tanda suka apabila followers tertarik dengan unggahan foto atau video pengguna dengan menekan emoticon love dibagian bawah atau mengetuk dua kali pada postingan tersebut.
3. Comment: Komentar atau comment fungsinya adalah untuk mengomentari postingan foto atau video yang dirasa menarik.

## 2.3 Hai Online

Hai online merupakan representasi media cetak bertema kepemudaan yang telah mengawali eksistensinya sejak tahun 1977, dengan fokus menyajikan beragam produk jurnalistik yang atraktif bagi generasi muda, mulai dari dinamika musik, kebudayaan populer (pop culture), artikulasi pengembangan diri, hingga orientasi gaya hidup remaja. Dalam perkembangannya pada tahun 2017, Hai mengambil keputusan strategis untuk bertransformasi penuh ke ranah digital guna memfasilitasi ruang ekspresi diri yang lebih optimal bagi audiens mudanya. Sebagai salah satu media konvensional dengan reputasi historis yang kuat, Hai dituntut untuk adaptif terhadap arus modernisasi melalui penyajian produk informasi yang

dikonstruksikan secara lugas, persuasif, serta selaras dengan preferensi konsumsi media generasi muda saat ini.

## **2.4 Musik Sebagai Media Komunikasi**

berdasarkan kodifikasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, musik didefinisikan sebagai disiplin ilmu atau kecakapan seni dalam mengonstruksikan nada dan suara melalui pengaturan urutan, kombinasi, serta tempo tertentu, sehingga membentuk sebuah komposisi auditori yang memiliki kesatuan struktur dan kesinambungan. Stimulasi nada tersebut diartikulasikan untuk menghasilkan karakteristik suara, ritme, lagu, serta keselarasan estetis, yang utamanya diproduksi melalui instrumen atau instrumen yang mampu mengeluarkan bunyi.

Secara konseptual, musik merupakan artikulasi seni yang mengedepankan integrasi harmoni, melodi, irama, tempo, dan vokal sebagai instrumen utama dalam mentransmisikan nilai-nilai estetis dari pihak kreator atau seniman menuju audiens penikmatnya. Pada tataran fundamental, musik mencakup segala manifestasi bunyi yang direalisasikan melalui kombinasi ritme dan melodi yang memiliki nilai keindahan. (Regina, 2023)

Definisi musik juga merujuk pada produk estetis yang bersumber dari kognisi manusia, yang diaktualisasikan dalam bentuk susunan nada atau bunyi terstruktur sehingga menghasilkan irama lagu dan keharmonisan sebagai medium representasi ekspresi diri. Sebuah karya musik ditopang oleh serangkaian elemen struktural yang saling berintegrasi membentuk kesatuan estetis, meliputi melodi, ritme (irama), birama, harmoni, tempo, dinamika, tangga nada, timbre, hingga sistem notasi. Mengingat signifikansi dan popularitasnya yang masif secara global, bidang seni musik ini melahirkan beragam spektrum perspektif teoretis di kalangan para ilmuwan. (Regina, 2023)

## **2.5 Basis Teori**

### **Teori New Media**

Berdasarkan konseptualisasi Dennis McQuail (2011), media baru (new media) pada dasarnya merujuk pada konvergensi serangkaian teknologi

komunikasi yang bervariasi. Seluruh instrumen tersebut mengintegrasikan karakteristik spesifik dan mutakhir yang diakomodasi oleh proses digitalisasi, serta dapat diaplikasikan secara universal sebagai medium interaksi. Teori media baru ini berakar pada pemahaman mengenai teknologi media digital kontemporer yang secara fundamental merekonstruksi pola interaksi, komunikasi, dan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Atribusi istilah "media baru" ditujukan bagi saluran berbasis digital guna membedakannya dari instrumen konvensional seperti penyiaran radio, televisi, dan penerbitan cetak. Salah satu manifestasi dari media baru ini adalah jaringan internet yang membentuk ekosistem global, di samping platform media sosial yang mengeliminasi batasan ruang dan waktu dalam proses komunikasi manusia.

Sementara itu Menurut Botler, 2005 menggarisbawahi bahwa orientasi utama dari eksistensi media baru adalah untuk mengoptimalkan kapabilitas fungsional yang dimiliki oleh media pendahulunya. Melalui premis tersebut, teori media baru menegaskan adanya hubungan genealogis di mana platform digital lahir dari rahim media konvensional, sehingga performa dan kualitas yang ditawarkan oleh media baru idealnya melampaui keterbatasan instrumen terdahulu. Transformasi ini diakselerasi oleh keberadaan defisiensi atau kelemahan struktural pada media lama. Merujuk pada kerangka teoretis tersebut, perspektif media baru memiliki relevansi yang kuat untuk diaplikasikan dalam analisis kontekstual terhadap jejaring sosial Instagram sebagai salah satu representasi media baru kontemporer.

### **Teori Komunikasi Informatif**

Teori informatif menurut Deddy Mulyana adalah konsep dalam komunikasi yang memandang komunikasi sebagai proses penyampaian pesan dari pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan) dimana tujuannya agar penerima memahami atau mengerti isi pesan yang disampaikan. Sedangkan menurut Effendy komunikasi informatif merupakan tindakan seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan memberikan informasi tanpa mempengaruhi pemikiran atau memberikan dampak pada penerima pesan. Adapun ciri-ciri teori informatif adalah:

- a. Sesuai fakta: Pesan harus berdasarkan fakta, yang berarti tidak bohong atau rekayasa. Fakta berarti informasi yang dapat dipercaya sehingga penerima dapat mempercayainya dan menggunakannya sebagai dasar untuk membuat keputusan.
- b. Langsung dan Jelas: pesan informatif disampaikan langsung ke inti permasalahan (to the point), tidak berbelit-belit, serta menggunakan Bahasa yang mudah dipahami. Pesan yang jelas akan mengurangi resiko kesalahpahaman dan memastikan bahwa penerima pesan dapat memahami isi yang disampaikan.
- c. Bertujuan memberikan informasi: Tujuan utama pesan informatif adalah untuk memberikan informasi yang bermanfaat, menambah wawasan, atau mengandung pengetahuan bagi komunikan. Pesan informatif diharapkan dapat membantu penerimanya memahami suatu topik dengan lebih baik, memperluas pengetahuan mereka, dan mungkin juga membantu mereka membuat keputusan yang lebih baik.
- d. Terperinci: Pesan informatif harus disampaikan secara rinci sehingga penerima mendapatkan pemahaman yang lengkap tentang topik yang dibahas.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Untuk melakukan penelitian mengenai analisis isi konten Instagram data peneliti terdahulu sangat penting untuk membantu peneliti dalam mencari referensi atau pengembangan dalam penelitian ini. Peneliti juga bisa menjadikan acuan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang terdahulu.

Penelitian terdahulu

| Nama Peneliti | Judul Penelitian                       | Teori yang digunakan | Hasil Penelitian                                  |
|---------------|----------------------------------------|----------------------|---------------------------------------------------|
| Naufal Labiib | Analisis Isi Instagram @Lantassurabaya | Analisis Isi         | Dalam aktivitas penelitian yang dilakukan di akun |

|  |                                                                           |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--|---------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Dalam<br/>Penyampaian<br/>Informasi<br/>Kecelakaan Lalu<br/>Lintas</p> |  | <p>Instagram<br/>@lantassurabaya<br/>dari tanggal 17<br/>hingga 21<br/>November 2022,<br/>terdapat 28<br/>unggahan yang<br/>mengandung unsur<br/>kecelakaan lalu<br/>lintas. Data yang<br/>dikumpulkan<br/>kemudian disaring<br/>untuk<br/>membedakan<br/>postingan yang<br/>sesuai dan yang<br/>tidak sesuai<br/>dengan unsur<br/>penelitian<br/>tersebut. data yang<br/>dikumpulkan<br/>berjumlah tujuh<br/>unggahan, dan<br/>kemudian<br/>dikelompokkan<br/>menjadi tiga<br/>kategori: 1.<br/>Unggahan yang<br/>menyampaikan<br/>informasi<br/>berdasarkan lokasi</p> |
|--|---------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | <p>peristiwa; 2. Unggahan yang menyampaikan informasi berdasarkan komentar orang lain; dan 3. Unggahan yang menyampaikan informasi berdasarkan komentar korban. Tiga kategori tersebut dipilih berdasarkan isi unggahan di @lantassurabaya, dan masing-masing memiliki fungsi untuk menyebarkan informasi. Lokasi peristiwa memungkinkan masyarakat untuk mengetahui detail lebih dari hanya kejadian itu sendiri. Orang-orang dapat mempercayai dan</p> |
|--|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                     |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                     |                 | mendapatkan bukti untuk berita yang benar berdasarkan apa yang dikatakan orang lain.                                                                                                                                                                                                        |
| Perbedaan: perbedaan penelitian terdapat pada tujuan penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Labiib ini bertujuan untuk menganalisis informasi kecelakaan kecelakaan lalu lintas oleh akun @Lantassurabaya. Sedangkan penelitian ini hanya berfokus pada informasi yang menyajikan pengetahuan tentang musik. |                                                     |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Mochamad Renaldi                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Analisis Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @Si_Bedil | Analisis Wacana | Hasil analisis dari total 65 postingan yang diunggah akun instagram si_bedil selama periode awal bulan Januari 2021 hingga akhir Januari 2022. Dari seluruh postingan tersebut, tentunya mengandung pesan dakwah yang pada teorinya terdapat pesan akidah, pesan syari'ah dan pesan akhlak. |

Perbedaan: Pada Penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Renaldi ini merupakan penyampaian pesan mengenai keagamaan yang meliputi pesan akidah, pesan syari'ah dan pesan akhlak, yang dimana pesan itu mengandung sindiran dan akan menimbulkan dampak bagi penerima pesan. Sedangkan penelitian ini merupakan pesan yang hanya bertujuan untuk menginformasikan kepada penerima pesan tanpa menimbulkan dampak kepada penerima.

*Tabel 1 Penelitian Terdahulu*

