

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Pengertian Komunikasi

Dalam buku karangannya yang berjudul “Dinamika Komunikasi” , Onong Uchjana Effendy berpendapat bahwa pengertian komunikasi harus dilihat dari dua sudut pandang, yaitu pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatis. Pengertian komunikasi secara umum itu pun harus juga dilihat dari dua segi, yaitu pengertian komunikasi secara etimologis dan pengertian komunikasi secara terminologis.

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Kata sama yang dimaksudkan adalah sama makna. Jadi dalam pengertian ini, komunikasi berlangsung manakala orang-orang yang terlibat di dalamnya memiliki kesamaan makna mengenai suatu hal yang tengah dikomunikasikannya itu.

Dengan kata lain, jika orang-orang yang terlibat di dalamnya saling memahami apa yang dikomunikasikannya itu, maka hubungan antara mereka bersifat komunikatif. Sebaliknya, jika ada pihak yang tidak mengerti tentang suatu hal yang sedang dikomunikasikan, berarti komunikasi tidak berjalan, dan hubungan antara orang-orang tersebut tidak komunikatif.

Pengertian secara terminologis, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan seseorang kepada orang lain. Pengertian ini memberikan pemahaman kepada kita bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang atau manusia, sehingga komunikasi seperti ini disebut sebagai *Human Communication* (komunikasi manusia).

Sedangkan pengertian secara paradigmatis, meskipun banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, namun dari semua definisi itu dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media).

Dari definisi tersebut tersimpul bahwa tujuan komunikasi dalam pengertian *paradigmatic* adalah untuk mendapatkan efek tertentu pada komunikan. Menurut Onong Uchjana Effendy, efek yang ditimbulkan akibat terpaan pesan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yakni : efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif/behavioral.

Efek kognitif adalah efek yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu mengenai suatu hal yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini, komunikator hanya ingin mengubah pikiran komunikan. Efek afektif kadarnya lebih tinggi dari efek kognitif. Disini tujuan komunikator tidak hanya untuk sekedar memberi tahu mengenai suatu hal kepada komunikan, tetapi berusaha agar komunikan tergerak hatinya dengan munculnya sikap atau perasaan tertentu, seperti perasaan iba, sedih, terharu, gembira, marah, dan sebagainya. Sedangkan efek konasi atau efek behavioral adalah efek yang kadarnya paling tinggi, yaitu berubahnya perilaku atau sikap komunikan setelah mendapat terpaan pesan dari komunikator.

## 2.1.2 Media Komunikasi

### 2.1.2.1 Pengertian Media Komunikasi

Media berasal dari bahasa Latin yaitu kata Medium (media, jamak; medium, tunggal), artinya secara harfiah ialah perantara, penyampai, atau penyalur. Percakapan langsung antara dua orang di suatu ruangan atau di tempat tertentu lainnya, tanpa perantara apa-apa, disebut kegiatan komunikasi tanpa media. Mereka berbicara secara langsung dari mulut ke mulut.

Namun apabila kegiatan komunikasi itu dilakukan sambil masing-masing pihak menggunakan pengeras suara karena letaknya saling berjauhan, misalnya, mereka tidak lagi berkomunikasi tatap muka, tetapi sudah menggunakan media, dalam hal ini media pengeras suara: speaker. Seseorang yang berbicara melalui telepon, guru yang menggunakan slide, atau seseorang komunikator yang sedang melaksanakan tugasnya menyampaikan berbagai informasi pembangunan kepada masyarakat melalui siaran radio atau televisi adalah contoh-contoh komunikasi yang menggunakan media. Pengarang atau penulis juga termasuk yang berbicara melalui media cetak; surat kabar, majalah, buku, dan media cetak lainnya.

Pada zaman lampau dan bahkan pada zaman sekarang, di kampung-kampung di pelosok tanah air “media” banyak digunakan orang, terutama untuk menyampaikan pesan-pesan yang sudah disepakati artinya oleh anggota masyarakat yang bersangkutan. Para peronda di malam buta, masyarakat yang terkena musibah baik karena kebakaran ataupun karena mendapat kecelakaan lain, biasa memukul kentongan dalam rangka memberi tahu para tetangga supaya segera memperoleh pertolongan. Kentongan dalam hal ini kita sebut sebagai perantara atau pembawa pesan atau informasi dari satu orang kepada orang lain. Dan kentongan ini pun berfungsi sebagai media.

Di dalam dunia instruksional, media pun bermakna seperti tersebut di atas, namun tentu bukan berwujud kentongan atau “gong” seperti yang banyak digunakan di desa-desa. Media yang dimaksudkan dalam dunia instruksional ialah yang bentuk maupun fungsinya sudah dirancang sehingga bisa digunakan untuk memperlancar kegiatan proses belajar pada pihak sasaran. Ia juga berfungsi mengandung dan bahkan memperjelas ide-ide atau gagasan-gagasan yang disampaikan oleh komunikator dalam kegiatannya.

Batasan-batasan tentang media dari para ahli:

1. Media berarti teknologi pembawa pesan yang dimanfaatkan untuk keperluan instruksional. Dalam konteks ini media tidak lain merupakan perluasan dari guru.

2. Media berarti sarana komunikasi dalam bentuk cetak atau pandang dengar, termasuk teknologi perangkat kerasnya.
3. Media berarti sarana fisik untuk menyampaikan materi pengajaran (isi pesan) seperti buku, film, video, slide dan komputer.

#### 2.1.2.2 Jenis-Jenis Media Komunikasi

Dalam menyampaikan informasi, berita dan pesan, cukup banyak media yang dapat digunakan, hal ini sangat tergantung dari bentuk komunikasi yang dilakukan. Hafied Cangara menggolongkan jenis media menurut karakteristiknya menjadi empat macam yakni:

##### 1) Media Antarpribadi

Untuk hubungan perorangan (antarpribadi), maka media yang tepat digunakan adalah kurir (utusan), surat dan telepon. Kurir banyak digunakan oleh orang-orang dahulu kala untuk menyampaikan pesan. Di daerah-daerah pedalaman pemakaian kurir sebagai saluran komunikasi masih bisa ditemukan, misalnya melalui orang yang berkunjung ke pasar pada hari-hari tertentu, sopir oto yang dititipi pesan, pedagang antar kampung dan sebagainya.

Surat adalah media komunikasi antarpribadi yang makin banyak digunakan, terutama dengan semakin meningkatnya sarana pso serta makin banyaknya penduduk yang dapat menulis dan membaca. Surat dapat menampung pesan-pesan yang sifatnya pribadi, tertutup dan tak terbatas oleh waktu dan ruang. Media komunikasi antar pribadi lainnya ialah telepon. Telepon makin banyak digunakan di Indonesia, bukan saja untuk kepentingan komunikasi yang bersifat pribadi, tetapi juga untuk kepentingan bisnis dan pemerintahan.

Telepon selain memiliki kelebihan dalam kecepatan pengiriman dan penerimaan informasi, telepon juga lebih ekonomis dibandingkan dengan biaya transportasi, waktu yang relatif singkat beserta interaktif. Telepon juga dapat digunakan sebagai alat komunikasi pada hal-hal tertentu yang sulit dilakukan dalam situasi tatap muka, seperti penagihan piutang, penawaran, dan sebagainya.

## 2) Media Kelompok

Dalam aktivitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, maka media komunikasi yang banyak digunakan adalah media kelompok, misalnya rapat, seminar dan konferensi. Rapat biasanya digunakan untuk membicarakan hal-hal penting yang dihadapi oleh suatu organisasi.

Seminar adalah media komunikasi kelompok yang biasa dihadiri oleh khalayak tidak lebih dari 150 orang. Tujuannya adalah membicarakan suatu masalah dengan menampilkan pembicara, kemudian meminta pendapat atau tanggapan dari peserta seminar yang biasanya dari kalangan pakar sebagai nara sumber dan pemerhati dalam bidang itu. Seminar biasanya membicarakan topic-topik tertentu yang hangat dipermasalahkan oleh masyarakat.

Konferensi adalah media komunikasi kelompok yang biasanya dihadiri oleh anggota dan pengurus dari organisasi tertentu. Ada juga orang dari luar organisasi, tapi biasanya dalam status sebagai peninjau. Materi yang dibahas umumnya berkisar masalah internal dan eksternal organisasi. Pertemuan seperti ini biasa digunakan istilah kongres atau muktamar oleh organisasi yang mempunyai massa banyak.

Media kelompok masih banyak ditemukan dalam masyarakat pedesaan dengan memakai banyak nama, antara lain tudang sipulung di Sulawesi Selatan, banjar di Bali, rembuk desa di Jawa dan sebagainya. Sementara bagi masyarakat kotamadya kelompok banyak digunakan dalam bentuk organisasi profesi, organisasi olahraga, pengajian, arisan, dan organisasi sosial lainnya.

### 3) Media Publik

Kalau khalayak sudah lebih dari 200-an orang, maka media komunikasi yang digunakan biasanya disebut media publik, misalnya rapat akbar, rapat raksasa dan semacamnya. Dalam rapat akbar, khalayak berasal dari berbagai macam bentuk, tapi masih mempunyai homogenitas, misalnya kesamaan partai, kesamaan agama, kesamaan kampung dan lain-lain. Dalam rapat akbar (*public media*) khalayak melihat langsung pembicara yang tampil di atas podium, bahkan biasanya sesudah mereka berbicara, mereka turun berjabat tangan dengan para pendengar sehingga terjalin keakraban di antara mereka meski kadangkala pembicara tidak dapat mengidentifikasi satu persatu pendengarnya.

### 4) Media Massa

Jika Khalayak tersebar tanpa diketahui di mana mereka berada, maka biasanya digunakan media massa. Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-lat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Karakteristik media massa adalah:

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.

2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Kalau toh terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan semacamnya.
5. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.
6. Dari berbagai studi yang pernah dilakukan untuk menguji kemampuan masing-masing media, ternyata ditemukan bahwa setiap media selain memiliki kelebihan juga tidak luput dari berbagai kelemahan.

#### 2.1.2.3 Fungsi Media Komunikasi

Media komunikasi memiliki fungsi yang sangat luas, yang meliputi fungsi-fungsi:

1. Pendidikan (educatif)
2. Sosial (Social)
3. Ekonomis (Economics)
4. Politis (Politics) dan
5. Agama (Religion)

##### 1) Fungsi Pendidikan

Fungsi utama dari setiap kegiatan media komunikasi adalah mendidik, oleh sebab memberikan pengaruh-pengaruh pendidikan itu sendiri dapat ditafsirkan dalam arti yang luas dan dalam arti yang sempit. Dalam arti yang luas, oleh karena media komunikasi memberikan pengaruh- pengaruh atau nilai-nilai yang baik kepada masyarakat luas. Pendidikan bukan saja berlangsung di dalam sekolah, akan tetapi juga berlangsung diluar sekolah, didalam semua interaksi sosial.

Surat kabar sebagai media pers berfungsi mendidik masyarakat agar dapat berpikir kritis, berita berkala tentang keluarga berencana, tentang Bimas dan lain-lain, mendidik masyarakat agar berpartisipasi dalam pembangunan dan sebagainya. Jadi kegiatan media komunikasi itu langsung atau tidak langsung berfungsi sebagai pendidik masyarakat.

Dalam arti yang sempit, media komunikasi juga berfungsi mendidik anak-anak di sekolah. Sebagai media pendidikan bukan saja berguna sebagai alat bantu belajar bagi siswa, akan tetapi memberikan pengalaman pendidikan yang bermakna bagi siswa. Menurut Encyclopedia of Educational Research, manfaat media komunikasi pendidikan sebagai berikut:

1. Meletakkan dasar-dasar yang konkret untuk berpikir dan oleh karena itu mengurangi “verbalisme”
2. Memperbesar perhatian para siswa
3. Meletakkan dasar-dasar yang penting untuk perkembangan belajar dan oleh karena itu membuat pelajaran lebih mantap.
4. Memberikan pengalaman yang nyata yang dapat menumbuhkan kegiatan berusaha sendiri
5. Di kalangan siswa.
6. Menumbuhkan pemikiran yang teratur dan kontinu, hal ini terutama terdapat dalam gambar hidup.
7. Membantu tumbuhnya pengertian dan dengan demikian membantu perkembangan kemampuan berbahasa.
8. memberikan pengalaman-pengalaman yang tidak mudah diperoleh dengan cara lain serta membantu berkembangnya efisiensi yang lebih mendalam serta keragaman yang lebih banyak dalam belajar.

## 2) Fungsi Sosial

Media komunikasi bukan saja memberikan informasi yang autentik dan pengalaman dalam berbagai bidang kehidupan, akan tetapi juga memberikan konsep yang sama kepada setiap orang. Pengaruh langsung pada hal ini ialah akan memperluas pergaulan, memperluas pengenalan dan pemahaman tentang orang, adat istiadat, cara bergaul dan segala sesuatu tentang daerah. Hal ini sangat bermanfaat bagi perluasan pergaulan hidup dan memupuk rasa persatuan dan saling menghargai di kalangan anggota masyarakat.

Berita dari radio dan televisi dapat dihayati oleh semua orang, film yang selalu diputar di berbagai bioskop, adalah contoh konkrit diantara media komunikasi yang dapat menimbulkan pengaruh positif dalam pergaulan sosial dan mempersatu bangsa. Itulah sebabnya pembangunan sarana radio dan televisi mendapat prioritas, karena media ini telah dapat memberikan informasi kongkrit dan secara langsung dapat dihayati oleh setiap anggota masyarakat sampai ke pelosok tanah air. Pengaruhnya sangat besar dalam rangka mempersatukan wawasan nusantara ini dalam arti sosial.

## 3) Fungsi Ekonomis

Pada masyarakat yang telah maju, penggunaan media komunikasi dikerjakan secara intensif, terutama dalam bidang perdagangan dan industri. Para pengusaha dan industriawan tidak segan-segan menyediakan anggaran biaya yang cukup besar sebagai bagian integral dari usaha mengembangkan dan memajukan perusahaannya.

Media komunikasi mereka pergunakan, baik dalam rangka meningkatkan produksi melalui pembinaan prestasi kerja secara maksimal, maupun dalam rangka promosi dan pemasaran hasil produksi ke seluruh penjuru dunia. Untuk mendorong motivasi kerja para karyawan, seorang manager perusahaan, secara kontinu dan sistematis, setiap hari membuat pengumuman di bulletin board mengenai statistik hasil kerja setiap bagian, sehingga menimbulkan kompetisi yang sehat diantara kelompok-kelompok karyawan untuk meningkatkan prestasi kerja mereka. Secara berkala, perusahaan mengadakan pemutaran film guna meningkatkan keterampilan kerja para karyawannya.

Melalui berbagai mass media, seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, folders dan lain-lain, perusahaan mengadakan promosi terhadap masyarakat secara luas. Dengan menggunakan sarana kemediaman ini, para pengusaha itu berusaha keras memajukan perusahaan mereka. Ini berarti bidang kemediaman telah memberikan sumbangan yang tidak sedikit terhadap keuntungan perusahaan tersebut. Jelaslah bahwa bidang kemediaman memiliki fungsi ekonomis yang tidak bisa diabaikan.

#### 4) Fungsi Politis

Yang dimaksud dengan segi politis, dalam hal ini adalah politik pembangunan. Pembangunan meliputi pembangunan fisik materiil maupun pembangunan mental spiritual. Pembangunan itu dilaksanakan baik pada tingkat nasional maupun pada tingkat regional dan daerah sampai ke pedesaan. Suksesnya pembangunan ini tergantung pada banyak faktor, antara lain pada adanya partisipasi masyarakat dalam usaha pembangunan itu.

Ada tidaknya dan besar kecilnya partisipasi itu sangat bergantung pada tingkat pemahaman dan sikap masyarakat terhadap pembangunan tersebut. Dalam hubungan ini peranan media komunikasi turut menentukan. Itu sebabnya, maka siaran radio, pertunjukan film tentang pembangunan, berita koran dan terbitan lainnya, penyelenggaraan pameran pembangunan, dan lain-lain media adalah sangat fungsional

#### 5) Fungsi Agama

Media komunikasi meskipun bersifat hiburan juga membawa pesan-pesan dakwah. Hal ini dapat terjadi karena media tersebut juga menjalankan fungsi keagamaan bagi khalayaknya. Oleh karena itu, ia dapat juga digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak Ia dapat juga menanamkan dan mengukuhkan nilai-nilai budaya, norma sosial, dan falsafah sosial.

Walaupun demikian, bertolak belakang dengan keoptimisan ini, para ahli memperingatkan bahwa tidak seluruh media komunikasi cukup fleksibel untuk digunakan bagi maksud-maksud dakwah. Karena memadukan yang lama dan yang baru tidak selamanya dapat dilakukan dengan baik. Kadang-kadang hal semacam ini malah merusak media itu, sehingga kita harus waspada

## 2.1.3 Media Baru

### 2.1.3.1 Pengertian dan Karakteristik Media Baru

Media online merupakan salah satu bentuk dari New Media atau media baru, dalam bukunya yang berjudul Teori Komunikasi Massa Denis McQuail, pada buku itu diberikan pemaparan ciri utama media baru adalah adanya saling keterkaitan, memiliki akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakteristik yang terbuka, serta sifatnya yang ada di mana-mana. (McQuail, 2011)

McQuail dalam bukunya juga menambahkan ciri-ciri lain dari media baru, yaitu suatu media yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja atau tidak tergantung lokasi, menggunakan teknologi berbasis internet seperti komputer, bersifat pribadi dan memiliki fungsi publik, setiap penggunanya merupakan komunikator, dan kontrol yang tidak ketat. (McQuail, 2011)

Teknologi komunikasi baru sangat terkait dengan tiga hal berikut, yaitu *interactivity*, *demassification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan untuk berbicara balik atau interaksi menggunakan sistem teknologi komunikasi baru. Metode yang lebih interaktif seperti ini membuat penggunanya dapat melakukan kegiatan komunikasi dengan lebih efektif dan juga optimal (Junaedi, 2011)

*De-massification* (non-massal) diartikan sebagai sebuah pesan yang disampaikan secara masing-masing diantara para pengguna yang ada dalam jumlah yang banyak (bersifat individu). Dalam *de-massification*, pengaturan dari sistem komunikasi massa tidak lagi dikendalikan produsen pesan, namun oleh konsumen media. Terakhir, *asynchronous*, yang memiliki pengertian bahwa teknologi baru ini dapat mengirim dan menerima pesan kapanpun, dimanapun, dan oleh siapa pun. Sifatnya yang global membuat teknologi komunikasi baru memiliki kemampuan menjangkau siapa saja yang diinginkan penggunanya (Junaedi, 2011)

Teknologi komunikasi kemudian menjadi landasan dalam perkembangan komunikasi politik di era multimedia ini. Komunikasi politik memang selalu berjalan kongruen dengan kebebasan demokrasi, terutama kebebasan berpendapat. Kemudian, komunikasi politik yang terjadi di era globalisasi ini menunjukkan penguatan kebebasan demokrasi yang berujung pada kebebasan berpendapat di komunitas dunia maya atau *virtual community*. Dengan demikian, kebiasaan komunikasi pada manusia mulai mengalami perubahan secara mendasar. Dengan masih semakin masifnya kebebasan berpendapat yang dilakukan melalui medium teknologi komunikasi tersebut, fadsun itu pun akhirnya berlaku.

Media sosial, seperti Instagram dan Facebook misalnya, memiliki peranan dan dampak tersendiri yang cukup masif dalam meningkatkan tekanan publik. Banyaknya perbincangan di situs media sosial seperti itu menunjukkan munculnya ruang publik baru (*new public sphere*). Saat media-media konvensional terbatas oleh kepentingan bisnis dan politik pemiliknya, maka media daring, terutama situs media sosial mendapatkan tempat terhormat sebagai saluran berbagi kesadaran bersama (*shared group consciousness*) yang masih bebas dari dominasi negara dan intervensi pasar (Heryanto, 2011)

#### 2.1.4 Media Sosial

##### 2.1.4.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial menurut Rulli Nasrullah adalah suatu medium internet yang digunakan oleh beberapa pengguna media sosial tersebut untuk mempresentasikan dirinya, berinteraksi dengan pengguna lainnya, berbagi suatu informasi maupun aktivitas sehari-hari, berdiskusi dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Rasyidah, 2017) Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media adalah alat atau sarana untuk berkomunikasi. Sedangkan sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum (suka menolong, menderma, dsb). Jadi media sosial dilihat dari sisi bahasa, yaitu sebuah alat atau sarana yang digunakan untuk kepentingan umum.

Media sosial adalah sebuah media dalam jaringan yang digunakan secara virtual untuk memudahkan pengguna dalam berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, dan forum. Bentuk media yang sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia yaitu blog, jejaring sosial, dan wiki. Sedangkan Meike dan Young dalam (Nasrullah, 2016) mengartikan bahwa media sosial sebagai alat untuk menjalin komunikasi, dan berbagi informasi antara pengguna perseorangan (*to be shared one to one*), dan informasi publik dalam arti informasi yang dibagikan untuk seluruh pengguna lainnya tanpa ada kekhususan individu.

Sebelum media sosial familiar di kalangan masyarakat, mulai dari orang tua, remaja, hingga anak-anak yang berada di perkotaan maupun di pedesaan yang saat ini berangsur-angsur mulai menggunakan jejaring sosial tersebut, sebagian besar orang menggunakan alat komunikasi melalui SMS (*Short Message Service*) atau telepon melalui handphone. Akan tetapi dengan adanya media sosial yang memiliki fitur dan tampilan yang lebih lengkap, orang cenderung menggunakan fitur yang ada di media sosial tersebut dalam bentuk tulisan, visual, maupun audio visual agar tetap terhubung dengan keluarga, teman, dan berkenalan dengan orang baru.

Contohnya seperti line, whatsapp, Instagram, zoom, twitter, facebook, dan lainnya. Dari pengertian yang ada, penulis dapat menyimpulkan pengertian media sosial yaitu sebuah teknologi informasi dan komunikasi yang berbasis internet, yang dikenal dan digunakan oleh sebagian besar orang untuk memudahkan aktivitas sehari-hari dalam berkomunikasi dan berbagi informasi, ataupun hanya sekedar mencari hiburan.

#### 2.1.4.2 Karakteristik Media Sosial

Media yang sering digunakan beberapa orang untuk berkomunikasi dan memberikan informasi tentunya memiliki karakteristik, batasan-batasan, dan ciri khusus yang dimiliki oleh media-media tersebut (Nasrullah, 2016). Adapun dalam bukunya, Rulli nasrullah juga menjabarkan karakteristik media sosial, yaitu sebagai berikut ini :

1) Jaringan (*network*)

Karakteristik jaringan yang dimiliki sosial media yang terbentuk antar setiap pengguna (*user*) adalah sebuah jaringan yang dimediasi oleh perangkat teknologi seperti handphone, komputer, tablet, kemudian membentuk sebuah komunitas, contohnya yaitu Instagram, facebook, line, twitter, dan lain-lain. Sehingga para pengguna dapat berinteraksi antara pengguna satu dengan pengguna lainnya.

2) Informasi (*information*)

Setiap pengguna media sosial, informasi adalah hal yang selalu diproduksi dan didistribusikan setiap pengguna. Karena pada dasarnya media sosial adalah tempat aktivitas manusia yang dipublikasikan oleh pengguna media sosial itu sendiri. Sehingga para pengguna juga dapat berinteraksi berdasarkan informasi yang mereka dapatkan atau biasa disebut dengan *network society*.

3) Arsip (*archive*)

Dalam media sosial, terdapat fitur arsip yang menjelaskan bahwa setiap informasi yang sudah disimpan oleh pengguna media sosial tidak akan hilang sehingga dapat diakses kembali kapan saja dan dapat menggunakan perangkat apa pun. Contohnya, pengguna facebook telah mengunggah sebuah foto atau video, maka informasi unggahan tersebut tidak akan hilang meskipun sudah berganti jam, hari, bulan, bahkan tahun.

4) Interaktif (*interactivity*)

Jaringan antar pengguna (*user*) merupakan sebuah karakter dasar yang ada di media sosial. Setiap orang yang memiliki akun media sosial tidak hanya memperluas pertemanan dengan memperbanyak pengikut atau followers di internet semata, akan tetapi harus ada interaksi antara pengguna tersebut. Misalnya, memberikan pesan kepada pengguna lain, atau mengomentari postingan pengguna lain, atau hanya sekedar memberikan jempol di facebook atau *love* di Instagram.

#### 5) Simulasi sosial

Media sosial merupakan tempat dimana para pengguna dapat bersosialisasi dengan pengguna lain. Oleh karena itu, diibaratkan sebuah negara, dalam media sosial memiliki aturan dan etika yang harus dipatuhi oleh para penggunanya. Proses interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan keadaan yang real atau nyata, akan tetapi terkadang interaksi itu adalah simulasi yang berbeda.

#### 6) Konten oleh pengguna

Konten oleh pengguna (*user generated content*) merupakan karakteristik media sosial yang dibuat oleh seorang pengguna media sosial itu sendiri, yang di sisi lain seorang pengguna lainnya dapat melihat konten yang dibuat dalam waktu yang sama. Karena adanya konten tersebut pengguna para pengguna media sosial juga dapat saling berinteraksi di ruang online tersebut.

#### 7) Penyebaran (*shared*)

Penyebaran atau sharing dalam media sosial merupakan ciri dari media sosial yang menunjukkan bahwa seorang pengguna media sosial tidak hanya membuat dan melihat konten saja, akan tetapi pengguna tersebut dapat menyebarkan suatu informasi yang mereka dapatkan melalui konten tersebut yang hanya sekedar opini maupun fakta.

### 2.1.4.3 Jenis Jenis Media Sosial

Kehidupan masyarakat saat ini sudah tidak bisa dipungkiri lagi, bahwa setiap melakukan aktivitas apa pun dan dimanapun sering kali mengakses media sosial. Mulai dari mencari informasi yang lagi viral di waktu itu juga, berbisnis, ataupun hanya sekedar mencari hiburan saja. Saat ini media sosial terdapat enam jenis, yaitu :

#### 1) Media Jejaring Sosial (*social networking*)

Media jejaring sosial merupakan media sosial yang sangat populer digunakan oleh pengguna untuk menjalin jaringan pertemanan. Pertemanan tersebut bukan hanya sekedar berteman dengan orang yang sudah pengguna ketahui di dunia nyata saja, akan tetapi biasanya pengguna saling berkenalan di dunia maya dengan saling mengikuti akun satu sama lain yang selanjutnya berteman di dunia nyata. Contohnya seperti media sosial Facebook dan LinkedIn.

## 2) Blog

Blog merupakan sebuah personal homepage yang merupakan sebuah media sosial untuk berbagi catatan dan pandangan pengguna blog tersebut (*blogger*), yang kemudian dapat dibaca dan dikomentari oleh pengguna lain. Contohnya adalah Blogspot dan WordPress.

## 3) Layanan Mikro (*Microblogging*)

*Microblogging* memiliki kegunaan yang hampir sama dengan Blog, perbedaannya *microblogging* ini lebih singkat daripada Blog. Seorang pengguna yang memiliki akun tersebut menulis atau mengunggah konten lalu mempublikasikan dalam media sosial tersebut yang bisa dilihat dan dikomentari oleh pengguna lainnya. Contohnya yaitu Twitter.

## 4) Media Sharing

Media sharing merupakan sebuah aplikasi yang memfasilitasi penggunanya dapat berbagi dokumentasi, gambar, dan video. Para pengguna juga dapat berinteraksi dengan mengomentari konten tersebut. Contohnya yaitu Youtube, Instagram, Flickr, dan Snapchat.

## 5) Penanda Sosial

Media sosial yang sering dikenal dengan agregator dan kurator ini cara kerjanya adalah menyimpan, mengelola, serta sebagai tempat mencari suatu informasi atau berita tertentu. Sedangkan di Indonesia lebih dikenal dengan situs Beritagar.

## 6) Media Konten Bersama

Media sosial ini fungsinya seperti kamus yang isinya berupa pengertian, sejarah, dan rujukan dari sebuah buku. Media ini sering disebut dengan layanan kolaborasi karena situs kontennya merupakan hasil dari kolaborasi pengguna tersebut, yang dapat memuat dan mengoreksi konten. Contohnya adalah Wikipedia.

#### 2.1.4.4 Peran Media Sosial

Perkembangan Teknologi informasi dan Komunikasi di era global saat ini banyak sekali membawa perubahan di bidang komunikasi utamanya. Dengan berbagai macam aplikasi media sosial yang mempunyai berbagai macam perbedaan fitur dan tampilan, menjadi fenomena baru dan penting di kalangan masyarakat di berbagai negara. Oleh karena itu, sudah tidak asing lagi jika dari anak-anak, remaja, hingga orang tua mempunyai salah satu akun media sosial. Beberapa manfaat sosial media bagi masyarakat yaitu :

##### 1) Untuk Bersosialisasi

Dengan adanya media sosial, masyarakat dapat tetap berkomunikasi dengan teman atau keluarga yang jaraknya jauh, tidak hanya beda daerah akan tetapi media sosial dapat menghubungkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan orang yang berbeda negara sekalipun. Dengan begitu masyarakat akan tetap mudah menerima kabar dari teman atau keluarga dengan mudah.

##### 2) Untuk Berbisnis Online

Seperti yang kita ketahui, media sosial memberikan peluang kepada pebisnis online shop untuk menjual produk mereka melalui media sosial. Keuntungan yang diperoleh online shop juga akan lebih meningkat karena masyarakat akan menerima informasi tentang produk online shop tersebut dengan mudah.

##### 3) Mendapatkan Berita/Informasi

Dengan adanya media sosial, pengguna dapat menerima berita atau informasi terkini di berbagai bidang seperti berita olahraga, politik, gosip, pendidikan, dan masih banyak berita lainnya. Konten yang dimuat di media sosial lebih menarik seperti video, suara, gambar, dan tulisan. Oleh karena itu media sosial lebih populer dibandingkan dengan koran dan majalah.

4) Sebagai Sarana Hiburan

Manfaat media sosial selain untuk media berkomunikasi dan mencari informasi salah satunya juga sebagai tempat mencari hiburan. Dengan banyaknya fitur-fitur yang menarik dan canggih, pengguna memanfaatkannya sebagai tempat untuk melepas penat dengan scroll akun-akun gosip, video lucu, atau bermain game.

5) Tempat Mempopulerkan Diri

Fitur media sosial yang dapat menampilkan foto dan video membuat sebagian pengguna dapat mempopulerkan diri. Dengan memasang foto profil dan mengunggah status yang bisa menarik perhatian banyak orang, para pengguna akan lebih memiliki banyak pengikut atau followers.

6) Sebagai Sarana Promosi

Selain dapat digunakan untuk berbisnis online, media sosial juga bisa digunakan sebagai tempat untuk mempromosikan produk yang dijual. Dengan cara memfoto produk tersebut dan diberikan keterangan, maka produk yang dijual akan muncul di feed atau beranda pengguna lain. Hal tersebut lebih efisien dan menghemat waktu jika dibandingkan dengan mempromosikan produk di brosur.

7) Tempat Nostalgia

Media sosial tidak hanya sebagai tempat interaksi antara pengguna perorangan (user) saja, akan tetapi di media sosial dapat membuat suatu grup yang digunakan oleh banyak orang. Sehingga banyak orang yang memanfaatkan sebagai grup bernostalgia dengan teman lama seperti teman masa sekolah.

8) Sebagai Tempat Curhat

Media sosial dapat digunakan sebagai tempat berbagi semua hal seperti kesedihan, kebahagiaan, kekesalan, dan apa yang semua pengguna tersebut rasakan dengan menulis status atau caption di foto yang diunggah. Sebagian orang yang menumpahkan perasaannya di status merupakan suatu kepuasan sendiri.

9) Bisa menemukan teman baru/jodoh

Para pengguna media sosial membuat akun salah satunya yaitu untuk menemukan teman baru, atau sebagian orang juga menemukan jodoh mereka melalui media sosial. Dengan memanfaatkan ruang obrolan, pengguna dapat memperkenalkan diri dengan orang lain di berbagai tempat.

10) Sebagai Sarana Meminta Bantuan

Di dalam media sosial semua informasi di berbagai bidang dapat dilihat oleh pengguna lain. Oleh karena itu banyak sekali pengguna yang menggalang donasi melalui media sosial. Seorang pengguna dapat menggerakkan pengikut atau followers untuk berdonasi dan diberikan kepada orang yang membutuhkan atau sedang mengalami bencana.

#### 2.1.4.5 Media Sosial Sebagai Media Baru

Media online merupakan salah satu bentuk dari New Media atau media baru, dalam bukunya yang berjudul Teori Komunikasi Massa (McQuail, 2011), memaparkan ciri utama media baru adalah adanya saling keterkaitan, memiliki akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakteristik yang terbuka, serta sifatnya yang ada di mana-mana.

McQuail juga menambahkan ciri-ciri lain dari media baru yaitu suatu media yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja atau tidak tergantung lokasi, menggunakan teknologi berbasis internet seperti komputer, bersifat pribadi dan memiliki fungsi publik, setiap penggunaannya merupakan komunikator, dan kontrol yang tidak ketat. (McQuail, 2011)

Kehadiran media sosial sebagai media baru, membuat internet sebagai sarana yang paling tepat digunakan untuk menyebarkan pengaruh dan dampak dari media sosial tersebut. Ketika media konvensional tidak selalu membutuhkan internet, media sosial (dan media-media baru lainnya nantinya) sangat bergantung pada layanan internet.

Media sosial tidak akan ada tanpa kehadiran internet, karena eksistensinya memang membutuhkan kolaborasi yang seimbang antara keduanya. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan media massa dalam konteks diseminasi informasi di dunia tidak bisa dilepaskan dari internet, sehingga menciptakan iklim komunikasi politik yang berada dalam ranah multimedia (Efriza & Indrawan, 2018)

## 2.1.6 Media Sosial Instagram

### 2.1.6.1 Sejarah dan Pengertian Instagram

Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike. Instagram diluncurkan secara resmi pada Oktober tahun 2010 yang awalnya secara eksklusif hanya diperuntukkan bagi pengguna ponsel berbasis iOS. Kemudian pada April tahun 2012, barulah Instagram dirilis bagi pengguna ponsel berbasis Android dan diikuti oleh situs web pada November tahun 2012, lalu aplikasi untuk perangkat handphone Windows 10 Mobile pada April 2016.

Instagram memulai pengembangan di San Francisco, ketika Kevin Systrom dan Mike Krieger memilih untuk memfokuskan proyek check-in HTML5 dengan multi- fitur pada fotografi seluler. Kevin Systrom dan Mike Krieger tidak menyangka pada saat itu Instagram akan sangat digemari dan dikenal sebagai album foto online. Meskipun pada saat pertama pembuatannya Instagram belum tersedia untuk umum, Systrom dan Krieger mulai menguji gagasan mereka dengan beberapa jepretan eksperimental.

Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster mengungkapkan, bahwa sejak diluncurkan pada tahun 2010 aplikasi instagram telah memiliki 400 juta lebih pengguna aktif dari seluruh dunia. Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak dengan 89 persen Instagrammers yang berusia 18-34 tahun mengakses IG (Instagram) setidaknya seminggu sekali.

Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar \$1 miliar. Instagram dapat menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dan berita, hiburan, promosi produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Dengan memposting foto dan video mereka dapat membagikan informasi kepada pengguna lain, baik itu teman lama maupun teman baru.

#### 2.1.6.2 Fitur-Fitur Pada Instagram

Fitur-fitur yang ada didalam instagram diantaranya :

##### a. Berbagi foto dan video

Awalnya Instagram merupakan layanan berbagi foto murni. Instagram memasukkan video sharing 15 detik pada Juni 2013. Penambahan itu dilihat oleh beberapa orang di media teknologi sebagai upaya Facebook untuk bersaing dengan aplikasi berbagi video yang populer saat itu. Pada bulan Agustus 2015, Instagram menambahkan dukungan untuk video layar lebar. Pada Maret 2016, Instagram meningkatkan batas video 15 detik menjadi 60 detik.

Berbagi foto dan video merupakan konten yang dapat diunggah pada media sosial ini. Penggunaannya pun dapat menambahkan filter dan efek yang tersedia di dalam mengunggah foto dan video. Penggunaannya pun dapat menambahkan lokasi pada setiap unggahan dan terhubung dengan maps, sehingga pengguna lain dapat melacak lokasi tersebut. Selain menambahkan lokasi dan unggahan foto dan video, penggunaannya pun dapat menandai pengguna lain dan membagikan kepada media sosial lain. Setelah diunggah, foto dan video tersebut dapat pula disunting dan dihapus oleh penggunanya.

## b. Direct Message

Pesan direct adalah fitur yang disediakan oleh Instagram dalam berkomunikasi secara pribadi. Dalam berkomunikasi melalui Pesan direct pengguna pun dapat membuat grup dengan menambahkan pengguna lain dalam percakapannya. Komunikasi yang dapat digunakan dalam Pesan direct bukan hanya berupa text, tapi dapat juga berupa foto dan video melalui pengaturan waktu yang dapat ditentukan oleh pengirim, sehingga foto dan video yang dikirim dapat menghilang dalam waktu yang ditentukan.

## c. Instagram Stories

Pada bulan Agustus 2016, Instagram meluncurkan Instagram Stories. Instagram stories merupakan sebuah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menambahkan efek serta lapisan dan menambahnya ke feed Instagram stories mereka. Gambar yang diunggah ke cerita pengguna memiliki masa kadaluarsa setelah 24 jam. Ketika Instagram stories diluncurkan banyak yang melihatnya sebagai tiruan Snapchat.

Hal ini dikarenakan selain membagikan foto dan video yang hilang setelah 24 jam, Instagram stories memungkinkan pengguna menambahkan filter seperti Snapchat yang menambahkan hal-hal seperti mahkota bunga dan telinga kelinci. Namun, tidak butuh waktu lama dalam delapan bulan, Instagram stories mampu melampaui jumlah pengguna aktif harian Snapchat.

Pengguna Instagram juga dapat mengatur untuk tidak dapat ditandai dalam unggahan cerita pengguna lain. Konten yang diunggah pada fitur cerita ini juga dibagikan kepada pengguna tertentu. Setiap yang melihat konten cerita dapat mencatatkan siapa saja yang telah melihat unggahan tersebut. Instagram juga menyediakan pilihan untuk melaporkan konten Cerita yang dapat mengganggu dan melanggar hukum.

Penggunaan Instagram stories sangat sederhana untuk dapat mengekspresikan diri dan terhubung dengan orang lain terutama digunakan sebagai bisnis. Selain dilengkapi fitur Instagram Stories yang menyenangkan karena dilengkapi dengan penunjang foto, video, teks dan filter-filter lucu. Penggunaan Instagram stories memiliki manfaat besar bagi penggunanya. Instagram stories saat ini merupakan platform yang paling cepat berkembang karena pada setiap harinya dan lebih dari 200 juta orang menggunakan Instagram stories.

Selain itu Instagram stories masuk dalam “*discoverable*” memungkinkan orang lain dapat melihat unggahan pengguna meskipun tidak saling mengikuti, hal tersebut merupakan kesempatan besar untuk menciptakan penggemar atau viewers aktif pada unggahan-unggahan lainnya. Sebagai pengguna yang sedang melakukan branding,

Instagram stories dapat dijadikan alat untuk dapat menunjang tujuan. Stories adalah komponen penting dari penggunaan Instagram. Instagram stories adalah cara lain untuk terhubung dengan audien target dan fakta bahwa itu muncul di bagian atas bilah pencarian dan mengambil layar penuh pengguna (dan perhatian penuh) menghilangkan semua gangguan visual lainnya dari lapangan.

#### d. Siaran Langsung

Siaran Langsung merupakan fitur yang memungkinkan pengguna Instagram untuk membagikan video secara langsung kepada pengguna lain. Konten Siaran Langsung dapat tersimpan dan terlihat oleh pengguna lain selama 24 jam pada kolom Cerita. Setelah itu konten tersebut tidak akan terlihat lagi, tetapi pengunggah dapat menyimpan pada perangkat. Siaran Langsung juga dapat membagikan video percakapan dua arah dengan pengguna lain.

#### e. Hashtag

Fitur ini disediakan oleh Instagram sebagai subjek pencarian, sehingga dapat memudahkan mencari dalam kolom pencarian. Dalam kolom pencarian yang disediakan, pengguna hanya dapat mencari berdasarkan nama pengguna, lokasi, hashtag, dan lokasi. Untuk itu pemberian hashtag dapat digunakan dalam mempromosikan setiap konten yang diunggah. Dan penggunaan hashtag tidak ada batasan jumlah tertentu.

#### f. IGTV

Selain membagikan video melalui beranda, Instagram memiliki fitur lain dalam membagikan video. Video yang diunggah memiliki durasi yang lebih panjang dibandingkan dengan unggahan video pada beranda. Pada beranda pengguna Instagram hanya dapat mengunggah video dengan durasi maksimal 1 menit, sedangkan pada IGTV penggunanya dapat mengunggah video dengan durasi maksimal 10 menit. Untuk konten unggahan pada IGTV pun dapat dibagikan melalui akun facebook. Pada IGTV, Instagram menyediakan persentase rata-rata ditonton oleh pengguna lain. Selain itu Instagram juga menyediakan kolom komentar, dan suka sebagai bentuk diskusi dan apresiasi.

#### g. Komentar

Komentar merupakan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk berdiskusi pada setiap konten yang diunggah. Pengguna Instagram juga dapat menyaring kata yang tidak ingin mereka dapatkan pada komentar pengguna lain. Komentar yang masuk juga dapat dihapus. Dan pengguna Instagram juga memungkinkan untuk tidak membuka kolom komentar.

#### h. Editing

Foto yang akan diunggah baik hasil bidikan langsung atau dari galeri yang dipilih dapat dilakukan pengeditan sebelum di publish, kemudahan mengedit pada akun instagram ini dilengkapi dengan filter foto yang menarik untuk mempercantik foto yang akan di upload. Selain itu kita dapat menambahkan caption atau keterangan foto dari foto yang akan kita upload.

#### i. Explore

Pada Juni 2012, Instagram memperkenalkan explore atau jelajahi, yang menampilkan foto populer, foto yang diambil di lokasi terdekat dan sejenis dengan pencarian yang sering dilakukan pengguna. Tab ini diperbarui pada Juni 2015 untuk menampilkan tag dan tempat yang sedang tren, konten yang dikurasi, dan kemampuan untuk mencari lokasi. Pada saat ini, menu explore diikuti penambahan sesuai dengan munculnya fitur baru dalam Instagram seperti Instagram live dan Instagram stories.

### 2.1.6.3 Pemanfaatan Instagram

Instagram selain merupakan sebuah media sosial yang bisa digunakan oleh para penggunanya dalam berinteraksi dan mengekspresikan diri, dengan tersedianya fitur yang ada pada Instagram, media sosial ini juga dapat dimanfaatkan sebagai berikut

1) Pemanfaatan instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik, diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi publik yang membaca bahkan melihatnya.

2) Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi menjadi salah satu keuntungan buat perusahaan dalam mempromosikan penjualannya serta publikasikan produknya melalui media sosial instagram. Melalui instagram tersebut merupakan cara pebisnis online dalam memasarkan atau mengenalkan produk mereka kepada konsumen melalui tampilan foto maupun video yang diunggah ke akun instagram milik mereka.

3) Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Dengan memposting foto dan video mereka dapat memberikan informasi kepada pengguna lain, baik itu teman lama maupun teman baru.

### 2.1.6.4 Instagram Sebagai Media Baru

Komunikasi yang berlangsung pada era saat ini yaitu era 4.0 yang dimana internet menjadi komponen penting dalam kegiatan sehari-hari manusia dalam memenuhi segala kebutuhannya Komunikasi adalah suatu proses terjadinya penyebaran pesan antara pengirim pesan dan penerima pesan yang dimana seseorang atau kelompok sebagai pengirim pesan dapat menciptakan dan menggunakan informasi agar saling terhubung antara satu dengan yang lainnya. Sebelum adanya teknologi digital, komunikasi antar manusia kurang efisien karena terhalang ruang dan waktu. Dengan menggunakan media baru salah satunya media sosial yang lebih mudah dan praktis dalam penggunaannya. Saat ini manusia lebih sering menggunakan smartphone-nya untuk berkomunikasi melalui internet daripada berkomunikasi secara langsung untuk bertatap muka karena dengan adanya smartphone ini manusia merasa lebih efisien dalam memenuhi kegiatan sehari-harinya.

Perkembangan media sosial itu sendiri akan menjadi peluang yang baik bagi perkembangan industri terutama di Indonesia yang juga sangat menunjang efektivitas dan efisiensi perusahaan besar maupun pengusaha yang baru merintis dalam menjadikan media yang menggunakan internet ini sebagai tempat pemasaran, publikasi, dan sarana untuk mendapatkan informasi dari sumber yang lain yaitu dengan memanfaatkan media sosial khususnya Instagram.

Media sosial instagram sendiri membuat para masyarakat pada era saat ini menjadi instagram sebagai tempat mereka unjuk diri, bahkan jati diri seseorang sendiri dapat dilihat melalui akun media sosial instagram mereka. Sehingga tidak jarang user di instagram, mereka seperti ada tuntutan untuk merapihkan feeds dari akun instagram mereka. Selain untuk memenuhi kebutuhan pribadi, akun instagram ini dapat digunakan sebagai akun fanbase, akun untuk memberikan suatu informasi mengenai barang atau jasa, akun untuk berjualan, dan lain-lain. Fitur- fitur yang diberikan oleh instagram yaitu, posting-an pada timeline atau yang biasa disebut dengan feeds, instastory, direct message, dan lain-lain. Karena banyaknya fitur yang sangat menarik di instagram sangat mempermudah user-nya dalam mengaplikasikan aplikasi instagram ini dalam memenuhi segala kebutuhannya baik untuk hiburan semata, refrensi dalam mencari inovasi maupun informasi mengenai suatu produk dan tidak lupa yaitu untuk melakukan jual beli online barang maupun produk.

Perkembangan media baru (termasuk jejaring sosial) dapat ditunjukkan dengan munculnya masyarakat maya atau terbentuknya dunia maya (*virtual/cyber community*), menurut (Nurudin, 2012). Keberadaan teknologi mendorong masyarakat untuk semakin kreatif dalam memanfaatkan teknologi internet saat ini. Media sosial terutama instagram merupakan wadah yang sangat cocok bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan usaha yang menguntungkan, keterbukaan di media sosial mendorong masyarakat untuk bersaing secara sehat, adil dan terbuka. Dalam media sosial masyarakat dituntut untuk bisa kreatif dan inovatif dalam menyampaikan informasi mengenai barang-barang yang mereka jual agar bisa menjadi pembeda antar satu dengan yang lain.

### 2.1.8 Media Pembelajaran

Secara bahasa kata media berasal dari bahasa latin yang artinya merupakan jamak dari kata “medium” yang berarti perantara atau pengantar. Secara umum artinya segala hal yang dapat menyalurkan suatu informasi dari sumber informasi (informan) yang akan tersampaikan ke penerima informasi. Dibidang komunikasi istilah media sangat populer, karena dengan adanya media orang-orang dapat berkomunikasi dengan mudah serta tidak mengenal waktu dan tempat. Kegiatan belajar mengajar juga merupakan proses komunikasi. Proses komunikasi dalam kegiatan belajar mengajar tersebut supaya dapat mencapai tujuan yang diinginkan, membutuhkan suatu media untuk menyampaikan informasi kepada pelajar. Sehingga kegiatan belajar mengajar juga perlu menggunakan suatu media yang disebut dengan media pembelajaran. (Fitriyana, 2020)

Sedangkan kata pembelajaran diidentikkan dengan kata “mengajar” yang berasal dari kata dasar “ajar” yang artinya sebuah petunjuk yang diberikan kepada orang untuk diketahui. Kata “mengajar” tersebut ditambah dengan awalan “pe” dan diakhiri “an” menjadi “pembelajaran” yang artinya sebuah proses, kegiatan, cara mengajar orang supaya mengerti atau paham suatu hal. Jadi, pembelajaran adalah bantuan yang diberikan oleh seorang pendidik kepada peserta didik supaya dapat belajar dengan baik sehingga terjadi proses interaksi antara keduanya untuk memperoleh suatu ilmu dan pengetahuan.

Dengan demikian, pengertian media pembelajaran menurut Scanlan yaitu semua bentuk fisik yang digunakan oleh pendidik untuk memfasilitasi proses pembelajaran dan menyampaikan pesan kepada peserta didik untuk mencapai tujuan dari proses pembelajaran tersebut. Sedangkan media pembelajaran sendiri dapat berupa apa saja yang dapat membantu penyampaian materi. Seperti contohnya kapur tulis, gambar, video, slide, komputer, internet, DVD, CD-ROM, dan lainnya. (Yaumi, 2018)

Latuheru mengatakan bahwa media pembelajaran adalah alat bantu yang digunakan untuk menyampaikan informasi pembelajaran atau materi pengajaran dari berbagai sumber (guru atau sumber lainnya) yang ditujukan kepada penerima (peserta didik ataupun orang yang ingin belajar) dengan menggunakan indra mereka, baik salah satu alat indra ataupun gabungannya. Bahkan lebih baik jika seorang penerima materi mampu menerima menggunakan seluruh alat indra.

Dari beberapa pengertian tentang media pembelajaran diatas, dapat disimpulkan pengertian media pembelajaran yaitu suatu alat atau sarana untuk mempermudah dalam penyampaian materi yang digunakan oleh pendidik atau beberapa sumber yang dapat menghasilkan pengetahuan, kepada peserta didik atau informan lainnya dalam kegiatan belajar mengajar.

#### 2.1.7.1 Fungsi Media Pembelajaran

Fungsi media pembelajaran yaitu :

1. Media pembelajaran sangatlah penting untuk menjadikan proses pembelajaran lebih efektif, karena tanpa menggunakan media pembelajaran atau alat untuk menunjang pembelajaran tersebut peserta didik akan sulit untuk menerima materi yang disampaikan. Oleh karena itu dalam mewujudkan tujuan pembelajaran tersebut perlu adanya alat bantu seperti papan tulis, kapur, PowerPoint, LCD, komputer, internet, dan masih banyak lagi media lainnya.
2. Sebagai sumber belajar, yang artinya pendidik dan peserta didik dapat belajar dari media-media apapun seperti televisi, surat kabar, modul, DVD, radio, dan media lainnya yang dapat menghasilkan pengetahuan.
3. Materi pembelajaran yang terdapat simbol-simbol bahasa dan rumus-rumus dapat dipresentasikan menggunakan media supaya peserta didik dapat mencerna materi dengan baik.
4. Fungsi manipulatif, yang berarti media dapat digunakan untuk memanipulasi suatu kejadian, benda, dan peristiwa. Benda yang aslinya besar dapat dipresentasikan menjadi kecil, yang luas menjadi sempit, dan berat menjadi ringan tanpa merubah maknanya dan dapat digunakan untuk mengajar tanpa harus membawa benda aslinya. Contohnya pada pelajaran geografi bumi dimanipulasi menjadi globe atau atlas untuk menyampaikan materi kepada peserta didik.
5. Media berfungsi pada bidang psikologis, yaitu dapat meningkatkan perhatian (atensi) peserta didik, menggugah empati dan perasaan (afektif), mempermudah dalam memahami sesuatu (kognitif), mengembangkan keterampilan (psikomotor), memberikan dorongan kepada peserta didik untuk giat belajar,, menumbuhkan kreativitas (imajinatif), dan mengembangkan pengetahuan (motivasi).

6. Media dapat merekam informasi atau materi yang disampaikan dalam batas waktu yang relatif lama dan dapat dilihat kembali materi yang sudah disampaikan dalam waktu yang cepat (fiksatif). Dengan menggunakan media juga dapat dilihat dimana saja dan kapan saja dan membantu inderawi manusia dalam memahami materi (distribusisi).
7. Fungsi sosio-kultural, yaitu media untuk membangun interaksi antara pendidik dan peserta didik lebih harmonis serta meminimalisir gap karena perbedaan suku, budaya, agama, dan ras.

#### 2.1.7.2 Jenis-Jenis Media Pembelajaran

##### A. Jenis Media Pembelajaran Ditinjau dari Tampilan

Bretz dalam (Yamin, 2007) membagi media menjadi tiga macam, yaitu suara (audio), media bentuk visual, dan media gerak (kinestetik). Media bentuk visual dibedakan menjadi tiga pola yaitu gambar visual, garis (grafis) dan simbol verbal, yang bilamana diuraikan pengertiannya adalah sebagai berikut :

##### 1) Media Visual

Media visual merupakan jenis media yang sering dipakai oleh pendidik dalam proses pembelajaran dan sudah familiar di lingkungan pendidikan, karena media visual ini dianggap paling sederhana dan penting untuk memahami materi, memperkuat ingatan, dan memperlancar pemahaman. Sebab pendidik lebih banyak belajar dan memahami materi dari apa yang dilihat. Beberapa bentuk media visual antara lain berupa gambar (foto/lukisan), sketsa, diagram (konsep, struktur, organisasi), peta, globe, kartun, poster, grafik (tabel, chart, bagan), papan buletin, papan flanel, dan lainnya.

## 2) Media Audio

Media audio merupakan media yang sistem utama dalam penggunaannya menekankan pada alat indra pendengaran. Dengan menggunakan sistem pendengaran dalam proses penyampaian materi pembelajaran diharapkan dapat merangsang pikiran, perhatian, perasaan, dan kemampuan peserta didik sehingga dapat terjadi proses belajar mengajar. Beberapa bentuk media audio antara lain radio, laboratorium bahasa, piringan hitam, alat perekam pita magnetik (*magnetik tape recording*) atau tape recorder, dan lainnya.

## 3) Media Kinestetik

Media kinestetik merupakan sebuah media yang memerlukan sentuhan (*touching*) dalam penggunaan dan memfungsikannya oleh pendidik dan peserta didik, karena dasarnya sistem media kinestetik membutuhkan sebuah perasaan mendalam agar informasi atau pesan pembelajaran dapat diterima dengan baik. Media kinestetik ini juga membutuhkan sebuah pengalaman dan lingkungan dan suasana dalam penerapannya. Beberapa jenis media yang dikategorikan media kinestetik yaitu dramatisasi, yang merupakan media pembelajaran menggunakan ekspresi dan gerak.

### B. Jenis Media Pembelajaran Ditinjau dari Penggunaan

Dikutip dari sumber yang sama, jenis media pembelajaran yang dilihat dari cara penggunaannya dibagi menjadi dua, yaitu:

#### 1) Media Proyeksi

Media proyeksi merupakan sebuah media pembelajaran dengan sistem penyampaian pesan atau materi kepada peserta didik dengan menggunakan alat yang disebut dengan proyektor, yang nantinya materi atau isi pesan akan tampak di layar. Jenis media proyeksi cukup banyak, antara lain: proyeksi transparansi (*Overhead Proyektor*), Film, Film Bingkai (*slide*), dan Proyektor tidak tembus pandang (*opaque projector*).

## 2) Media Non Proyeksi

Media non proyeksi merupakan jenis media pembelajaran yang tidak memerlukan proyektor dalam proses pembelajarannya. Jadi, media ini dapat digunakan mandiri oleh pendidik dan peserta didik tanpa bantuan sarana dan alat lainnya. Jenis media yang termasuk media non proyeksi antara lain wallsheets (peta, diagram, chart, poster), buku cetak, dan papan tulis.

### 2.1.7.3 Kriteria Media Pembelajaran

Banyaknya jenis-jenis media pembelajaran yang digunakan dalam proses belajar mengajar tentunya tetap harus dipertimbangkan dalam pemilihan medianya. Pendidik harus cermat dan mempertimbangkan dengan matang media yang tepat untuk mengajar. Oleh karena itu, pendidik harus mengetahui kriteria media pembelajaran yang baik untuk digunakan dalam proses mengajar (Cahyadi, 2019). Kriteria-kriteria tersebut antara lain :

- a. Jelas dan rapi. Dalam penyajian materi, media yang digunakan harus jelas dan rapi perihal layout, suara, tulisan, gambar, dan format sajiannya. Jika media yang digunakan tidak jelas maka akan mempengaruhi pemahaman peserta didik karena fungsi media tidak maksimal.
- b. Bersih dan menarik. Maksud dari bersih yaitu tidak ada masalah (problem) dalam sistem tulisan, suara, gambar, dan lainnya. Karena media yang ada masalah tentunya akan kurang menarik perhatian peserta didik dalam proses pembelajaran.
- c. Cocok dengan sasaran. Media pembelajaran yang digunakan di dalam auditorium besar dan dengan peserta didik yang banyak, tentunya akan berbeda pemilihan medianya dengan pembelajaran yang ada di ruangan kecil dengan jumlah peserta didik sedikit. Sehingga dalam pemilihan media harus tepat sarannya antara kelompok besar, sedang, dan kecil.
- d. Relevan dengan topik yang diajarkan. Agar dapat berjalan dengan baik dalam proses pembelajaran, maka media yang digunakan juga harus sesuai dengan kebutuhan pembelajaran dan kemampuan mental peserta didik. Oleh karena itu media harus memiliki karakteristik isi yang berupa konsep, fakta, prosedural, prinsip, dan generalisasi.

- e. Sesuai dengan tujuan pembelajaran. Media pembelajaran yang baik juga harus sesuai pada tujuan instruksional, yang secara umum mengacu pada salah satu atau gabungan ketiga ranah kognitif, afektif, dan psikomotor.
- f. Praktis, luwes, dan tahan. Dalam pemilihan media, hendaknya para pendidik memilih media yang mudah didapat, dapat digunakan di berbagai tempat dan tentunya mudah dibawa, serta tahan lama sehingga dapat digunakan tidak hanya satu kali pemakaian.
- g. Berkualitas baik. Media pembelajaran yang baik harus memiliki kriteria kualitas yang baik. Sistem yang baik mulai dari tulisan gambar, visual, slide, serta pesan atau materi pembelajaran yang disampaikan harus berkualitas baik, tidak boleh ada gangguan oleh elemen-elemen lain.
- h. Ukuran media sesuai dengan lingkungan belajar. Media pembelajaran yang digunakan dalam proses pembelajaran harus sesuai dengan tempat untuk belajar mengajar tersebut. Misalnya jika media yang digunakan terlalu besar atau terlalu kecil maka akan membuat proses pembelajaran kurang efektif dan tidak kondusif.

#### 2.1.9 Pengertian Sejarah

Kata sejarah berasal dari bahasa Arab: *تاريخ* ( *šajaratun* ) yang artinya pohon. Dalam bahasa Arab, kata sejarah disebut *تاريخ* ( *šajaratun* ). Adapun kata *تاريخ* dalam bahasa Indonesia artinya waktu. Kata Sejarah lebih dekat pada bahasa Yunani yaitu *historia* yang berarti ilmu. Dalam bahasa Inggris berasal dari *history*, yakni masa lalu. Dalam bahasa Prancis *historie*, bahasa Italia *storia*, bahasa Jerman *geschichte*, yang berarti yang terjadi, dan bahasa Belanda dikenal *geschiedenis* (Iskandar, 1996)

Pengertian di atas dapat ditegaskan bahwa pengertian sejarah menyangkut waktu dan peristiwa. Oleh karena itu masalah waktu penting dalam memahami peristiwa, sejarawan cenderung mengatasi masalah ini dengan membuat periodisasi. Sejarah, babad, hikayat, riwayat, atau tambo dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai kejadian dan peristiwa yang benar-benar terjadi pada masa lalu atau silsilah, terutama bagi raja-raja.

J. Bank berpendapat bahwa Sejarah merupakan semua kejadian atau peristiwa masa lalu. Sejarah untuk memahami perilaku masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang. Robin Winks berpendapat bahwa Sejarah adalah studi tentang manusia dalam kehidupan masyarakat. Leopold von Ranke berpendapat bahwa Sejarah adalah peristiwa yang terjadi. (Abdullah & Surjomiharjo, 1985)

Sir Charles Firth berpendapat bahwa Sejarah merekam kehidupan manusia, perubahan yang terus menerus, merekam ide-ide, dan merekam kondisi-kondisi material yang telah membantu atau merintangikan perkembangannya. John Tosh berpendapat bahwa Sejarah adalah memori kolektif, pengalaman melalui pengembangan suatu rasa identitas sosial manusia dan prospek manusia tersebut di masa yang akan datang.

Henry Steele Commager berpendapat bahwa Sejarah merupakan rekaman keseluruhan masa lampau, kesusatraan, hukum, bangunan, pranata sosial, agama, filsafat. Moh. Hatta berpendapat bahwa Sejarah adalah pemahaman masa lalu yang mengandung berbagai dinamika dan problematika manusia. (Hardjasaputra A. Sobana. 2008.), Sedangkan Moh. Ali dalam bukunya yang berjudul 'Pengantar Ilmu Sejarah', mempertegas pengertian sejarah (Ali, 2003) yakni :

1. Jumlah perubahan, kejadian atau peristiwa di sekitar kita.
2. Cerita perubahan, kejadian, atau peristiwa di sekitar kita.
3. Ilmu yang menyelidiki perubahan, kejadian, peristiwa di sekitar kita.

Rochiati Wiriadmadja berpendapat bahwa Sejarah merupakan disiplin ilmu yang menjanjikan etika, moral, kebijaksanaan, nilai-nilai spiritual, dan kultural. Sedangkan Muhammad Yamin berpendapat bahwa Sejarah adalah ilmu pengetahuan tentang cerita sebagai hasil penafsiran kejadian manusia masa lalu (Ali, 2003). Adapun Nugroho Notosusanto berpendapat bahwa Sejarah adalah peristiwa manusia sebagai makhluk bermasyarakat yang terjadi pada masa lalu.

Sartono Kartodirdjo yang dikutip Haryono berpendapat bahwa Sejarah menceritakan kejadian dengan membuat kembali peristiwa tersebut secara verbal (Hariyono, 1995). Sedangkan Daniel dan Banks berpendapat bahwa sejarah adalah kenangan pengalaman manusia. Sedangkan Banks berpendapat bahwa kejadian di masa lalu adalah sejarah dan sejarah adalah aktualitas. (Garraghan, 1996)

J.V. Bryce berpendapat bahwa Sejarah adalah catatan yang telah dipikirkan, dikatakan, dan diperbuat manusia. Sedangkan W.H. Walsh berpendapat bahwa Sejarah menitikberatkan pada pencatatan yang berarti dan penting, yang meliputi tindakan dan pengalaman di masa lalu. Adapun Patrick Gardiner berpendapat bahwa Sejarah adalah ilmu yang telah diperbuat manusia.

Roeslan Abdulgani berpendapat bahwa sejarah adalah penelitian dan penyelidikan secara sistematis untuk dijadikan perbendaharaan, pedoman bagi penilaian dan penentuan keadaan sekarang serta arah proses masa depan. Sedangkan Ibnu Khaldun berpendapat bahwa Sejarah didefinisikan sebagai catatan peradaban manusia.

Herodotus berpendapat bahwa Sejarah ialah satu kajian perputaran jatuh banggunya masyarakat dan peradaban. Sedangkan Aristoteles : Sejarah merupakan satu sistem yang meneliti kejadian awal dan tersusun dalam bentuk kronologi, peristiwa masa lalu yang mempunyai catatan, rekod-rekod atau bukti-bukti yang konkrit. Selanjutnya R. G. Collingwood berpendapat bahwa Sejarah ialah bentuk penyelidikan tentang hal-hal dilakukan manusia pada masa lalu.

Sidi Gazalba berpendapat bahwa sejarah sebagai masa lalu manusia dan seputarnya yang disusun secara ilmiah dan lengkap meliputi urutan fakta dengan tafsiran yang memberi pengertian dan kefahaman tentang apa yang berlaku (Gazalba, 1981) Sedangkan E.H. Carr berpendapat bahwa Sejarah adalah dialog yang tak pernah selesai antara masa sekarang dan lampau, suatu proses interaksi yang berkesinambungan antara sejarawan dan fakta-fakta yang dimilikinya.

### 2.1.10 Media Pembelajaran Sejarah

Sejarah merupakan bidang ilmu yang menggunakan narasi untuk memeriksa dan menganalisis urutan peristiwa masa lalu, dan secara objektif menentukan pola sebab dan akibat yang menentukan mereka. Kemudian menurut Moh. Yamin, sejarah didefinisikan sebagai catatan tentang masyarakat umum manusia atau peradaban manusia yang terjadi pada watak/sifat masyarakat itu.

Sejarah mengajarkan pengalaman yang sudah dialami oleh para pendahulu bangsa. Dengan mengetahui peristiwa-peristiwa tersebut, segala kesalahan yang telah terjadi di masa yang lampau dapat dihindari dan diharapkan jalan untuk mencapai kesuksesan ke depannya semakin lancar. Selain itu, mempelajari sejarah sebuah negara dapat membentuk karakter bangsanya. Karena dengan mempelajari sejarah, kita dapat mengetahui nilai atau pesan yang dapat kita terapkan dalam menjalani kehidupan kita sehari-hari.

Kenyataan yang saat ini kita lihat adalah pembelajaran ilmu sejarah di tingkat sekolah dasar hingga sekolah menengah atas masih dipandang sebelah mata oleh para siswa. Budiawan, Pengamat Media dan Budaya dari UGM menyatakan metode klasik atau tekstual dari puluhan tahun lalu dianggap sudah kuno jika dipakai untuk menyampaikan ilmu sejarah. Metode belajar sejarah seperti dari animasi atau film dapat digunakan agar siswa menyukai mata pelajaran sejarah dan tetap mendapat nilai dan pesan dari ilmu tersebut.

Berbicara tentang media pembelajaran sejarah di zaman sekarang, pastinya sudah banyak sekali variasi yang ditawarkan selain buku-buku yang umumnya dipakai sebagai media pembelajaran sejarah. Dilansir dari tulisan milik Priyanti Aintzane di blog pribadi miliknya, terdapat 12 jenis media yang dapat digunakan untuk pembelajaran sejarah, diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Peninggalan Sejarah
- 2) Model/tiruan
- 3) Museum

- 4) Ruang sejarah
- 5) Media grafis : peta, bagan
- 6) Cetak : buku, modul, cerpen, roman
- 7) Media proyeksi : OHP, slide, film
- 8) Media dengar : radio, tape recorder
- 9) Audio visual : slide suara, film, TV
- 10) Internet : website, blog
- 11) Multimedia
- 12) Pelaku dan saksi sejarah

Terlepas dari semua kelebihan dan kekurangannya, semua media tersebut dapat membantu proses pembelajaran sejarah menjadi lebih menyenangkan untuk diterima oleh para pelajar. Penulis sendiri secara pribadi sangat menyukai pembelajaran sejarah melalui sebuah film dokumenter, animasi dan cerita berbentuk komik karena dengan cara memvisualisasikan kejadian-kejadian di masa lampau terasa lebih menarik dan muncul perasaan jika kita terlibat dalam peristiwa tersebut. Indonesia sendiri juga sudah mulai menggunakan media-media tersebut untuk mempelajari sejarah di sekolah-sekolah.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan acuan dan pertimbangan dalam penelitian, maka diperlukan komparasi dari penelitian sebelumnya yang memiliki topik pembahasan serupa, Adapun penelitian terdahulu yang dimasukkan sebagai berikut :

- 1) Marhanita Na'imatul Usriyah (Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta), dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan adalah Lima Tahapan Strategi Komunikasi oleh Anwar Arifin yang dikombinasikan dengan beberapa tinjauan mengenai hijrah dan reaktualisasi dalam pandangan Islam. Data didapatkan melalui wawancara kepada Ketua Umum dan Koordinator Divisi Media Komunitas Yuk Ngaji Jogja, dokumentasi beberapa konten yang diunggah pada Akun Instagram @yukngajijogja serta berbagai literatur yang berkaitan. Teknik analisis data yang digunakan adalah model *Miles and Huberman* yang meliputi reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

2) Dhea Nurfadillah Munggaran , Yuliani Rachma Putri (Universitas Telkom Bandung), Peneliti dalam melakukan penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi deskriptif analitik dan paradigma post-Positivistik dengan dilatar belakangi oleh kebutuhan masyarakat Bengkulu akan informasi yang aktual, faktual yang berasal dari sumber terpercaya., beberapa dari kabupaten tersebut berada cukup jauh dari kota sehingga menyebabkan kejadian atau informasi penting yang terjadi di beberapa lokasi tidak terjangkau oleh media berita nasional. PT. Media Online Bengkulu memutuskan untuk memaksimalkan penggunaan media sosial Instagram dalam menyajikan informasi tentang Provinsi Bengkulu melalui akun Instagram @bengkuluekspresdotcom. Dibutuhkan strategi komunikasi agar dapat menyajikan informasi yang aktual dan faktual.

3) Jerry Indrawan, Efriza, Anwar Ilmar (STIP-AN Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta), Peneliti melakukan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Metode penelitian deskriptif dipilih karena dapat menjelaskan masalah pada penelitian yang dimana dianggap menarik minat penulis, yaitu bagaimana di dalam komunitas virtual, ruang-ruang publik baru muncul dan semakin berkembang dari segi kuantitas.

Ruang-ruang publik, seperti media sosial, adalah bagian dari proses demokrasi. Situs media sosial merupakan situs pertemanan yang menghubungkan satu orang dengan orang lain dalam satu komunitas dunia maya. Situs ini memanfaatkan jejaring untuk mengumpulkan teman dekat, kerabat, rekan kerja, teman yang memiliki kesamaan minat, ideologi dan juga platform gerakan.

NO	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Marhanita Na'imatul Usriyah	Strategi Komunikasi akun Instagram @yukngajijogja Dalam Reaktualisasi Nilai Hijrah	Konten yang ditampilkan pada Instagram @yukngajijogja mengarahkan komunikasi untuk kembali pada aspek spiritualitas sebagai salah satu solusi atas permasalahan yang dihadapi dalam kehidupan, terinspirasi dari berbagai keresahan personal maupun fenomena yang sedang marak terjadi (both side issue) dan lebih menekankan pada proses perubahan mindset. Unggahan dalam akun @yukngajijogja menyesuaikan tren milenial yang dinamis dalam pengemasannya. (canalizing).
2	Dhea Nurfadillah Munggaran , Yuliani Rachma Putri	Strategi Komunikasi PT. Media Online Bengkulu Dalam Proses Penyajian Informasi Melalui Akun Instagram @bengkuluekspresdotcom	Setelah dilakukannya strategi komunikasi di atas, PT. Media Online Bengkulu dapat menyajikan informasi yang mereka miliki melalui Instagram @bengkuluekspresdotcom sehingga informasi tersebut sampai kepada audiensnya. Dari penelitian yang dilakukan peneliti mengetahui tahapan strategi yang dilakukan oleh PT. Media Online Bengkulu, yang

			<p>dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi dalam proses penyajian informasi melalui akun Instagram @bengkuluekspressdotcom dapat membantu perusahaan dalam menyajikan informasi yang aktual, faktual tentang provinsi bengkulu dan dari sumber yang dapat dipercaya serta tidak memihak pihak manapun</p>
3	Jerry Indrawan, Efriza, Anwar Ilmar	Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik	<p>Beragam informasi, dalam bentuk gagasan, ide, tuntutan, sampai protes, dapat disampaikan melalui internet. Internet pun memiliki kecepatan yang jauh melebihi media-media konvensional lainnya, seperti televisi. Konektivitas sesama masyarakat, maupun antara infrastruktur dan suprastruktur politik, dapat dilakukan tanpa melalui batasan ruang dan waktu. Saat ini komunikasi politik yang dilakukan oleh masyarakat bersifat lebih bebas, bukan hanya karena eranya sudah demikian, tetapi perkembangan teknologi</p>

			membuat penggunaan ruang publik dapat diinisiasi melalui ruang-ruang privat, yang bernama Facebook, Twitter, Instagram, yang masuk dalam kategori media baru.
--	--	--	---

Dari kedua penelitian terdahulu di atas, terdapat perbandingan sebagai acuan penelitian selanjutnya, pada penelitian terdahulu pertama terdapat persamaan tujuan untuk mendefinisikan dan pengamatan strategi komunikasi yang ada pada akun sosial media Instagram, kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus dan subjek penelitiannya adalah @yukngajijogja dalam reaktualisasi nilai hijrah.

Pada penelitian terdahulu kedua berfokus kepada pembahasan strategi komunikasi di atas, PT. Media Online Bengkulu dapat menyajikan informasi yang mereka miliki melalui Instagram @bengkuluekspressdotcom, karena penelitian yang saat ini peneliti lakukan sekarang memiliki kemiripan tema, yaitu PT. Neosphere Digdaya Adimulia melalui akun Instagram @Neohistoria.id dalam menyampaikan materi sejarah.

Pada penelitian terdahulu ketiga berfokus kepada Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik, penelitian terdahulu ketiga menjadi literatur penting dalam penelitian sekarang sebagai acuan dan komparasi mengenai tinjauan new media (media baru) dalam proses komunikasi pada sosial media, karena penelitian sekarang menggunakan mencoba mengaitkan akun Instagram @Neohistoria.id dalam menyampaikan materi sejarah sebagai salah satu bentuk pemanfaatan new media.