

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penyusunan skripsi ini berisi definisi atau tinjauan yang berkaitan dengan komunikasi secara umum, dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian.

2.1.1 Tinjauan Pustaka Tentang Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Peneliti
1.	Penggunaan Media Sosial Instagram @Komunitasaleut Dalam Meningkatkan Eksistensi Komunitas Aleut Di Masyarakat Kota Bandung	Pendekatan Kualitatif dengan Metode Studi Deskriptif	Untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara lebih jelas tentang “Penggunaan Media Sosial Instagram @komunitasaleut Dalam Meningkatkan	Penelitian Deka Ahmad Rival berada di cakupan Kota Bandung, sedangkan peneliti berada di cakupan Pemerintah Kecamatan

	<p>Sumber : (Skripsi) Deka Ahmad Rivaldi</p> <p>Universitas Komputer Indonesia</p>		<p>Eksistensi Komunitas Aleut Di Masyarakat Kota Bandung. Untuk meningkatkan eksistensi Komunitas Aleut, penggunaan media sosial Instagram @komunitasaleut harus memperhatikan penggunaan judul/<i>caption</i>, tagar/<i>hastag</i>, arroba/<i>mention</i>, suka/<i>like</i> dan konten dengan efektif, efisien, dan berkelanjutan. Penggunaan media sosial Instagram sebagai media untuk meningkatkan eksistensi Komunitas Aleut sangat diperlukan di <i>era digital</i>. Saran Penelitian adalah melakukan peningkatan dan</p>	
--	--	--	--	--

			<p>pemeliharaan dalam penggunaan media sosial Instagram untuk meningkatkan eksistensi Komunitas Aleut di masyarakat kota Bandung.</p>	
2.	<p>Strategi Komunikasi Komisi Informasi Provinsi Jawa Barat (studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Komisi Informasi Provinsi Jawa Barat dalam Mensosialisasikan UU No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik Kepada Masyarakat provinsi Jawa Barat)</p> <p>Sumber : (Skripsi) Marta Febie Rosalia</p> <p>Universitas Komputer Indonesia</p>	<p>Pendekatan Kualitatif Dengan Metode Deskriptif.</p>	<p>Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan mengenai Strategi Komunikasi Komisi Informasi Provinsi Jawa Barat Dalam Mensosialisasikan UU No 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik Kepada Masyarakat Provinsi Jawa Barat.</p>	<p>Penelitian Marta Febie Rosalia Berada Di Cakupan Pemerintahan Provinsi, Sedangkan Peneliti Berada Di Cakupan Pemerintah Kecamatan</p>

3.	<p>Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi <i>Parenting</i></p> <p>Sumber : (Jurnal) Dian Nurvita Sari, Abdul Basit</p> <p>Universitas Mercu Buana Jakarta</p>	<p>Metode Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Studi Fenomenologi.</p>	<p>Fenomena penggunaan media sosial sebagai media edukasi parenting dikalangan ibu muda tak lepas dari kemajuan teknologi yang diiringi dengan kemunculan internet. Sebelumnya para ibu muda akan berorientasi kepada pengalaman orang tua terdahulu mengenai bagaimana cara mengasuh, merawat dan mendidik anak-anak mereka. Kini informasi edukasi mengenai parenting telah mengalami pergeseran bukan lagi dengan media offline namun telah mengarah pada platform online</p>	<p>Penelitian Dian Nurvita Sari Dan Abdul Basit Menggunakan Metode Penelitian Fenomenologi, Sedangkan Peneliti Menggunakan Metode Kualitatif Studi Deskriptif</p>
----	---	---	--	---

Sumber : Penelitian Terdahulu, 2022

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, yang disusun kata *communis* yang memiliki arti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah: upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Paradigma Lasswell menunjukkan bahwasanya ada lima unsur utama dalam komunikasi, meliputi:

- 1) Komunikator (*communicator, source, recipient*)
- 2) Pesan (*message*)
- 3) Media (*channel, media*)
- 4) Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
- 5) Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan oleh atau dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (*Jurnal: Ruliana, Poppy and Lestari, Puji, 2019*)

Shannon dan Weaver (1949) memberikan definisi Komunikasi: Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi. (Wiryanto : 2004 dalam buku

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi salah satu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. (Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano Prakasa dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, 2014).

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Untuk melihat sebuah proses komunikasi secara lebih lengkap seperti yang diungkapkan Laswell di mana komunikasi sebagai sebuah proses merupakan penyampaian pesan dari komunikator (*source*) kepada komunikan (*receiver*) melalui media dijabarkan pada *point-point* berikut. (Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano Prakasa dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi, 2014).

1. Komunikator dan Komunikan

Seseorang mengirimkan pesan ketika berbicara, menulis, memberikan

isyarat tubuh, atau tersenyum, dan menerima pesan saat mendengarkan, membaca, membaui dan sebagainya.

2. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari (*the content*) dan lambing (*symbol*).

3. Media

Media sering disebut juga sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung melalui satu saluran, kita mungkin menggunakan dua atau tiga saluran secara simultan.

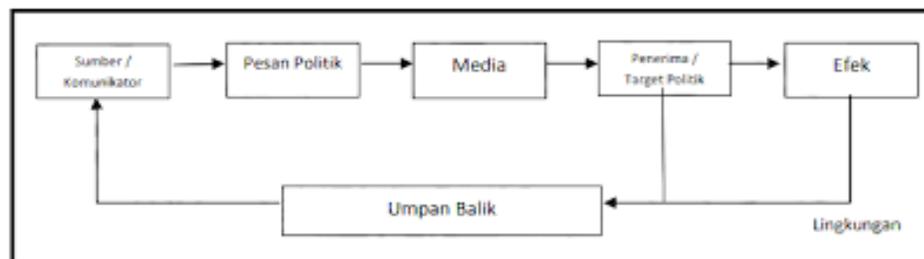
4. Efek

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi.

Dari komponen – komponen diatas maka dapat digambarkan Pada Gambar berikut ini.

Gambar 2.1

Unsur Komunikasi



Sumber: Website (Cangara,2013)

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*to educate*)

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pemikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setup individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (*Jurnal: Lutfi Basit, 2018*)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Digital

2.1.3.1 Komunikasi Digital

Perkembangan teknologi digital didukung oleh kekuatan Internet telah membawa banyak sekali perubahan yang luar biasa, termasuk bidang komunikasi. Perkembangan di bidang komunikasi berteknologi digital telah melahirkan berbagai jenis media komunikasi, mulai dari komunikasi luar angkasa dan kemiliteran yang sangat rumit, sampai pada telepon genggam yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk berbisnis atau sekedar menanyakan kabar pada seorang teman dalam kehidupan sosial.

Penggunaan media sosial yang sangat luas dalam di hampir semua segi kehidupan manusia memiliki dampak yang besar, baik dampak yang baik dan mendukung kehidupan, maupun dampak buruk, yang walaupun tidak merusak, tetapi cukup mengganggu atau kan para pengelola perpustakaan dapat memiliki kemampuan dibidang komunikasi digital khususnya dalam media sosial. Untuk mengelola media sosial, para pengelola perpustakaan perlu memiliki sikap yang bijak karena berhubungan dengan para pengguna di dunia maya.

Sumber: (Jurnal: Rully Khairul Anwar dan Agus Rusmana, 2017)

2.1.3.2 Komunikasi Digital Dalam Media Sosial

Sistem komunikasi digital dalam bentuk media sosial merupakan sebuah cara berkomunikasi yang sangat berbeda dengan sistem komunikasi

analog atau sistem komunikasi konvensional. Pesan digital yang dapat dengan mudah dibentuk, dikemas dan disajikan, dan dengan daya tarik yang tinggi, telah mampu menciptakan reaksi yang luar biasa dan memberikan dampak yang sangat besar dan luas, walaupun pesan itu tidak penting, tidak ada guna dan manfaatnya.

Keberadaan media sosial sebagai salah satu penemuan terbesar dalam teknologi komunikasi digital adalah keterbatasan pengetahuan penggunanya tentang karakteristik sosial media dan dampak yang ditimbulkannya. Untuk itu maka perlu suatu kerja bersama semua pihak untuk memberikan literasi (pengetahuan yang lengkap) berkomunikasi menggunakan media sosial. Melalui kegiatan ini diharapkan pengguna medsos memiliki pengetahuan tentang:

1. Cara mengenali informasi yang benar/ valid.
2. Cara mengklarifikasi informasi yang diterima.
3. Cara bereaksi pada pesan yang diterimanya.
4. Cara memperlakukan pesan yang diterima (dibuang, disimpan, disebar)
5. Cara mengambil keputusan untuk menyebar pesan yang diterima.
6. Cara berperilaku dalam menggunakan media sosial dengan benar

Sumber: Jurnal, Rully Khairul Anwar dan Agus Rusmana, 2017)

2.1.4 Tinjauan Tentang Humas

2.1.4.1 Definisi Humas

Istilah humas (*public relation*) mulai muncul di akhir abad-19. Salah satu pengguna pertama istilah ini adalah Dorman Eaton dari Yale Law School di tahun 1882. Tahun 1938 membawa perubahan di dunia industry, ketika konsep humas menjadi perhatian para pengusaha, yang menetapkan nya bagi kepentingan bisnis mereka. Humas adalah sebuah payung besar yang menaungi banyak bidang keahlian, dan jelas lebih luas daripada sekedar penghubung antara pers dan klien. (*William L. Rivers, et al. dalam buku Media Massa & Masyarakat Modern, 2013*).

Kamus terbitan Institute of Public Relation (IPR), yakni sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan bulan November 1987, menjelaskan bahwa humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu dan semuanya itu berlangsung secara kesinambungan dan teratur. Ibnu Syamsi dalam Suryosubroto juga mengemukakan definisi humas adalah kegiatan organisasi untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat agar mereka mendukungnya dengan sadar dan sukarela. (*Afiful Ikhwan, 2018*).

2.1.4.2 Konsep Dasar Humas

Humas merupakan bagian dari tugas penerangan, baik pemerintah maupun swasta karena penerangan merupakan bagian dari komunikasi sosial dan komunikasi harus berkembang antara pemerintah dan rakyat, antara rakyat, kelompok masyarakat dan kelompok masyarakat lainnya. Setiap lembaga atau instansi ingin mencapai tujuan yang telah digariskan sebelumnya, melaksanakan upaya-upaya dan Langkah-langkah tertentu.

Eksistensi Humas pada setiap lembaga/instansi merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka memperkenalkan kegiatan dan aktivitas kepada masyarakat (khalayak). (*Prof. Drs. H.A.W. Widjaja dalam buku KOMUNIKASI Komunikasi & Hubungan Masyarakat, 2015*)

2.1.5 Tinjauan Tentang Media Baru

2.1.5.1 Definisi Media Baru

Media baru (*new media*) adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Media baru adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi (perantara) dari sumber informasi kepada penerima informasi.

“Media baru memiliki dua unsur utama yakni digitalisasi dan konvergensi. Internet merupakan bukti konvergensi karena menggabungkan beberapa

fungsi media lain seperti audio, video, dan teks".
(*Humaniora, 2017*).

Manfaat media baru adalah memudahkan seseorang untuk memperoleh suatu hal yang diinginkannya, seperti: (a) arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses di mana saja dan kapan saja, (b) sebagai media transaksi jual beli, (c) sebagai media hiburan, contohnya *game online*, jejaring *sosial*, *streaming* video, dan lain-lain, (d) sebagai media komunikasi yang efisien, (e) sarana pendidikan dengan adanya buku *digital*.
(*Humaniora, 2017*).

2.1.6 Tinjauan Media Sosial

2.1.6.1 Definisi Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. (*A. Rafiq, 2020:19*)

2.1.6.2 Sejarah Media Sosial

Sosial media mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, Jika pada tahun 2002 Friendster merajai sosial media karena hanya Friendster yang mendominasi sosial media di era tersebut, kini telah banyak bermunculan sosial media dengan keunikan dan karakteristik masing-masing. Sejarah sosial media diawali pada era 70-an, yaitu ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, *semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem.*

Pada tahun 1995 lahir lah situ *Geo Cities*, *Geo Cities* melayani web *hosting* (layanan penyewaan penyimpanan data-data *website* agar *website* dapat diakses dari manapun). *Geo Cities* merupakan tonggak awal berdirinya *website-website*. Pada tahun 1997 sampai tahun 1999 munculah sosial media pertama yaitu *Sixdegree.com* dan *Classmates.com*. Tak hanya itu, ditahun tersebut muncul juga situs untuk membuat blog pribadi, yaitu *Blogger*. situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari *Blogger* ini bisa memuat hal tentang apapun. Pada tahun 2002 *Friendster* menjadi sosial media yang sangat *booming* dan kehadirannya sempat menjadi fenomenal. Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai karakter dan

kelebihan masing-masing, seperti *LinkedIn*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Wiser*, *Google+* dan lain sebagainya. Sosial Media juga kini menjadi sarana atau aktivitas *digital marketing*, seperti *Social Media Maintenance*, *Social Media Endorsement* dan *Social Media Activation*. Oleh karena itu, Sosial Media kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh *Digital Agency*. (A. Rafiq, 2020: 19-20).

2.1.6.3 Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai,

“sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, makamedia sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. (A.Rafiq, 2020 : 19).

2.1.6.3.1 Instagram Sebagai Media Sosial

Media sosial yang satu ini memang sudah tidak bisa lagi diragukan akan kepopulerannya di dunia pada saat ini. Meskipun begitu, ternyata banyak orang yang tidak mengetahui arti sebenarnya dari kata “Instagram” tersebut. Instagram disusun dari dua kata yaitu “insta” yang mengartikan instan dan terinspirasi dari kamera polaroid kala itu yang secara instan mencetak foto setelah objek berhasil difoto. Dan kata “gram” yang diambil dari istilah *telegram* yang bermakna sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat dan efisien. Aplikasi yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger delapan tahun lalu tepatnya pada Oktober 2010 ini pada dasarnya memang dikhususkan untuk para penikmat dan praktisi fotografi. Maka dari fungsi tersebutlah bisa diperoleh sejumlah manfaat yang bisa menciptakan hasil-hasil yang optimal dan dari situ pengguna memanfaatkan untuk tujuan tertentu. Tak sedikit para pengguna saat ini menyadari bahwa aplikasi tersebut merupakan media yang sangat tepat untuk berbagi informasi bahkan dalam hal promosi dari suatu produk daripada pengguna. Karena mereka lebih tertarik pada Bahasa visual. Maka dari itu Instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk berinteraksi melalui visual maupun video.

Sama halnya seperti apa yang dilakukan oleh akun Instagram @kec_cikarangtimur ini. Akun yang berisikan informasi mengenai vaksinasi.

2.1.7 Tinjauan Tentang Informasi

2.1.7.1 Definisi Informasi

Menurut McFadden, dkk yang dikutip oleh Kadir mendefinisikan informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Dalam informasi dalam konteks kajian pemakai didefinisikan sebagai data yang nyata atau pendapat, obyek fisik, seperti buku, majalah atau saluran informasi dimana informasi dapat disampaikan. (*Y Kiki Handini, 2013*).

Informasi adalah sebuah pengetahuan, ide-ide, fakta, data dan imajinasi kerja seseorang yang dikomunikasikan secara formal maupun informal dan dalam berbagai bentuk. (*Ching-Chih dan Peter Hernon, Laloo, 2002:02*) dalam *Y Kiki Handini, 2013*).

Dari beberapa definisi tersebut maka kesimpulannya informasi adalah catatan sebuah peristiwa yang terjadi, baik berupa data, fakta, dan pengetahuan, maupun segala gejala yang terjadi dalam masyarakat yang tercatat dan dapat di salurkan kepada orang lain atau disebarkan yang dapat bermanfaat untuk perubahan dalam kehidupan. (*Y Kiki Handini, 2013*).

2.1.7.2 Jenis Informasi

Menurut Brenda Dervin ada tiga tipe informasi berdasarkan filsafat Karl Popper yaitu:

- a. *Objective, external*: informasi harus berdasarkan kenyataan yang ada. Berarti informasi itu harus sesuai fakta, tidak dibuat-buat dan apa adanya. Informasi akan menjadi wakil dari sebuah peristiwa.
- b. *Subjective, internal*: Informasi harus dapat mewakili seluruh kejadian. Informasi berarti harus bisa menggambarkan seluruh cerita atau fenomena yang terjadi sehingga orang bisa memahami peristiwa tersebut dan bisa di salurkan kepada orang lain.
- c. *Sense-making*: Informasi menggambarkan sebuah kejadian yang membolehkan kita untuk memahami dunia dan biasanya bisa memahami kejadian tersebut dengan benar.

Jenis informasi menurut Shera dibagi menjadi enam yaitu:

- a. *Conceptual Information*: konsep informasi yang berkaitan dengan ide, teori, konsep, hipotesis yang berhubungan dengan variabel sebuah wilayah.
- b. *Empirical Information*: Berhubungan dengan data dan pengalaman penelitian yang disebarakan dan dikomunikasikan kepada orang lain.
- c. *Procedural Information*: Data mentah yang belum diolah dari hasil investigasi.
- d. *Stimulatory Information*: Informasi yang diperoleh dari lingkungan.

- e. *Policy Information*: Informasi yang menjadi proses pengambilan keputusan.
- f. *Directive Information*: informasi yang digunakan untuk mengkoordinasikan kegiatan yang efektif untuk kegiatan kelompok. (*Y Kiki Handini, 2013*).

2.1.8 Tinjauan Tentang Vaksinasi

2.1.8.1 Definisi Vaksinasi

Vaksin adalah sebuah produk berupa zat yang mampu membangkitkan pembentukan kekebalan tubuh manusia untuk membentuk suatu resistensi terhadap penyakit tertentu. Vaksin mampu merangsang pembentukan antibodi dalam tubuh manusia untuk menghasilkan pertahanan terhadap penyakit tertentu agar tubuh siap melawan antigen tersebut apabila terjadi infeksi kembali. Vaksin terbuat dari antigen atau komponen lain antigen khusus yang sudah dilemahkan.

Antigen yang sudah dikendalikan dalam vaksin akan diperkenalkan kembali ke dalam tubuh manusia yang dikenal sebagai proses vaksinasi. Vaksinasi ini adalah upaya pencegahan penularan penyakit yang aman dan dinilai efektif. Tubuh akan lebih dahulu mengenal antigen yang sudah dilemahkan dan akan lebih mudah membentuk antibodi yang dibutuhkan untuk melawan penyakit tersebut. Vaksinasi tidak menimbulkan penyakit,

reaksi simpang yang mungkin dialami oleh orang-orang tertentu seperti kelompok komorbid juga dinilai ringan dan rendah.

2.1.8.2 Manfaat Vaksin Untuk Masyarakat

Vaksinasi yang diberikan kepada seseorang akan meningkatkan kekebalan tubuh seseorang secara aktif terhadap suatu penyakit sehingga apabila terpapar maka hanya mengalami sakit ringan dan tidak menjadi sumber penularan. Dikutip dari *website resmi* Satgas Penanganan COVID-19 (2021) terdapat lima alasan utama bahwa vaksin yang digunakan di Indonesia bersifat aman, berikut alasannya:

1. Vaksin yang telah diproduksi massal.
2. Melewati proses panjang dan memenuhi syarat utama, yakni Aman, Ampuh, Stabil, dan Efisien dari segi biaya.
3. Sebelum diproduksi pun vaksin COVID-19 yang masuk ke Indonesia harus melalui beberapa tahapan uji klinis yang benar dan menjunjung tinggi kaidah ilmu pengetahuan, sains, dan standar-standar kesehatan.
4. Penetapan vaksin yang digunakan pemerintah adalah yang terbukti aman dan lolos uji klinis, serta sudah mendapat izin penggunaan darurat (*EUA*) dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (*BPOM*).
5. Masuk dalam *Emergency Use Listing (EUL)* dari *WHO*.

Dengan adanya keamanan yang dinyatakan oleh pemerintah, maka secara penuh pemerintah ikut bertanggungjawab atas kandungan vaksin

yang diberikan kepada masyarakat. Vaksin selain bermanfaat bagi orang yang menggunakan juga bermanfaat bagi orang yang dinyatakan tidak dapat menerima vaksin. (Chaula Putri Ananda dan Epa Paujiah, 2021).

2.1.9 Tinjauan Tentang Masyarakat

2.1.9.1 Definisi Masyarakat

Masyarakat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti “sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama” sedangkan menurut Paul B Horton dan C. Hunt masyarakat merupakan kumpulan manusia yang relatif mandiri, hidup bersama-sama dalam waktu yang cukup lama, tinggal di suatu wilayah tertentu, mempunyai kebudayaan sama serta melakukan sebagian besar kegiatan di dalam kelompok/kumpulan manusia tersebut. Masyarakat (yang diterjemahkan dari istilah *society*) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup atau sebaliknya, dimana kebanyakan interaksi adalah antara individu-individu yang terdapat dalam kelompok tersebut. Kata "masyarakat" berakar dari bahasa Arab, musyarah. Arti yang lebih luasnya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-entitas. Masyarakat adalah sebuah kelompok atau komunitas yang interdependen atau individu yang saling bergantung antara yang satu dengan lainnya. Pada umumnya sebutan masyarakat dipakai untuk mengacu sekelompok individu yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.

Syaikh Taqyuddin An-Nabhani seorang pakar sosiologi menjabarkan tentang definisi masyarakat, "sekelompok manusia bisa disebut sebagai suatu masyarakat apabila mempunyai pemikiran, perasaan, serta sistem atau aturan yang sama". Dengan kesamaan itu, manusia lalu berhubungan saling berinteraksi antara sesama mereka berdasarkan kepentingan bersama. Masyarakat sering dikelompokkan berdasarkan cara utamanya dalam mencari penghasilan atau kebutuhan hidup. (Suwari Akhmaddhian dan Anthon Fathanudien,2015)

2.1.9.2 Unsur-Unsur Masyarakat

Unsur- Unsur masyarakat terdiri dari sebagai berikut.

1). Sekumpulan Orang Banyak

Dalam hal ini orang banyak adalah sekelompok orang yang berada di suatu tempat tertentu. Adapun karakteristik orang banyak adalah;

1. Terbentuk karena adanya suatu pusat perhatian bersama.
2. Terjadi tanya-jawab di sekitar objek yang menjadi pusat perhatian.
3. Proses terbentuknya membutuhkan waktu lama.
4. Adanya perasaan sebagai satu kesatuan.

2). Golongan

Pengelompokan dilakukan di dalam masyarakat berdasarkan karakteristik yang dimiliki, baik objektif maupun subjektif. Ciri-ciri suatu golongan mencakup;

1. Terdapat perbedaan status dan peran.
2. Terdapat pola interaksi yang beragam.
3. Terjadi distribusi hak dan kewajiban masing-masing anggota.
4. Terdapat sanksi dan penghargaan.

3). Perkumpulan (Asosiasi)

Perkumpulan adalah kesatuan banyak individu yang terbentuk secara sadar dan punya tujuan tertentu yang ingin dicapai. Pembentukan asosiasi dilakukan berdasarkan minat, kepentingan, tujuan, pendidikan, agama, dan profesi.

4). Kelompok

Berbeda dengan asosiasi, kelompok merupakan unsur masyarakat yang lebih kecil. Adapun beberapa karakteristiknya adalah sebagai berikut;

1. Terdapat struktur, kaidah, dan pola tertentu.
2. Terdapat interaksi antar anggota kelompok.

3. Adanya kesadaran setiap anggota bahwa mereka adalah bagian dari suatu kelompok.
4. Terdapat faktor pengikat, yaitu kepentingan, tujuan, ideologi, nasib, dari setiap anggota.

(Sumber: Website *lambeturah.id*, 2020)

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono, “Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Jadi Kerangka pemikiran adalah skema atau alur yang dipikirkan oleh peneliti. Tujuannya adalah untuk membuat skema yang sesuai dengan latar belakang masalah yang sudah ditulis oleh peneliti. Dalam kerangka pemikiran, Peneliti akan menjelaskan pokok-pokok pikiran yang menjadi dasar penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini berusaha untuk membahas permasalahan yang diangkat oleh Peneliti yaitu mengenai **Penggunaan Media Sosial Instagram @Kec_CikarangTimur Dalam Menyampaikan Informasi Vaksinasi Bagi Masyarakat Oleh Humas di Kecamatan Cikarang Timur Kabupaten Bekasi.**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi deskriptif komunikasi digital sebagai sub *focus*. Suatu program media sosial tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa sasaran atau tujuan yang jelas. Secara umum, tujuan penggunaan media sosial untuk lembaga pemerintahan dapat dibagi ke dalam empat hal, yaitu:

(Sumber: Rosarita Niken Widiastuti dalam Buku *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial* dalam Lembaga Pemerintah, 2018)

1. Berbagi/Sharing

Informasi yang dibagikan bisa berupa berita, program terkini, pencapaian, atau informasi apa pun yang dianggap perlu disebarluaskan kepada masyarakat. Dalam berbagi informasi, hampir semua *platform* media sosial dapat dimanfaatkan. Hanya saja, perlu diingat bahwa masing-masing media sosial memiliki karakteristik masing-masing.

2. Partisipasi Publik/*Public Participation*

Membuka kesempatan bagi publik untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan serta mendengarkan opini masyarakat terkait lembaga tersebut. Hal ini bisa dilakukan dengan memaksimalkan data yang terkumpul pada kolom komentar, *mention*, *reply*, hingga analisis menyeluruh terhadap kata kunci yang berkaitan dengan lembaga yang bersangkutan.

3. Kolaborasi/*Collaboration*

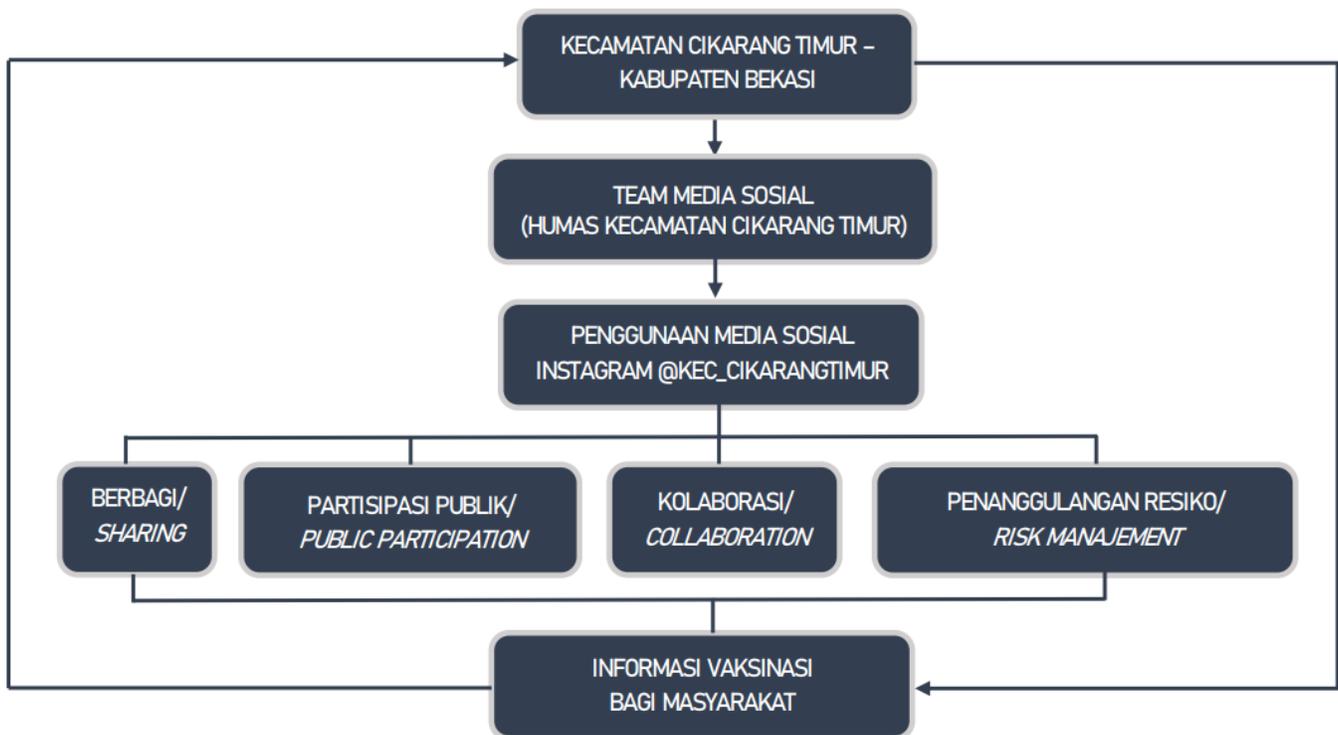
Menjalin kolaborasi antar lembaga pemerintahan serta tokoh masyarakat hingga *influencer* media sosial untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini bisa dilakukan, antara lain, dengan mendukung program kerja lembaga lain. Suatu lembaga bisa turut menyebarkan informasi lembaga lain atau bahkan bekerja sama dengan *influencer* media sosial demi memperluas penyebaran konten suatu lembaga.

4. Penanggulangan Resiko/*Risk Manajement*

Menggunakan media sosial sebagai perangkat aparatur pemerintahan tentunya bukan tanpa resiko. Salah satu risiko yang penting ditanggulangi adalah berita-berita bohong (*hoax*) sampai ujaran-ujaran kebencian. (*Sumber: Rosarita Niken Widiastuti dalam Buku Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah, 2018*).

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



Sumber: Arsip Peneliti, April 2022