

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses yang berisikan mencari teori yang relevan, uraian informasi dan kajian yang diperoleh dari pihak-pihak lain seperti penelitian terdahulu dan buku-buku yang terkait dengan kajian penelitian. Tujuan dari proses tinjauan pustaka adalah untuk mendapat teori terkait dan relevan dengan kajian penelitian yang akan diteliti.

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka diawali dengan menelaah penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kajian yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian-penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan, rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding dalam penelitian yang dilakukan. Berdasarkan yang telah dipaparkan pada bab dan sub bab sebelumnya, judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*”**.

Berdasarkan judul penelitian tersebut, peneliti melakukan tinjauan pustaka berupa menelaah dan peninjauan terhadap penelitian terdahulu yang memiliki kajian yang serupa, yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Berikut dalam tabel 2.1 peneliti menemukan beberapa hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang meneliti tentang kajian yang serupa yaitu

tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Nur Afifah (2021) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	Pengaruh Intensitas Mengakses Pesan Dakwah Kontekstual Pada Instagram @quranreview Terhadap Minat Belajar Alquran	Kuantitatif	Indikator yang paling dominan dalam intensitas mengakses pesan dakwah adalah indikator perhatian dengan skor rata-rata 4,022. Sedangkan indikator yang paling dominan dalam minat belajar adalah indikator perasaan senang dengan skor rata-rata 4,55. Terdapat pengaruh antara intensitas mengakses pesan dakwah kontekstual pada akun instagram @quranreview terhadap minat belajar, berdasarkan hasil analisis regresi sederhana diperoleh persamaan $Y = 22,485 + 0,314X$. Dapat dinyatakan para pengikut akun instagram @quranreview memiliki minat belajar saat mengakses pesan dakwah kontekstual.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada objek penelitian, peneliti menjadikan akun instagram @suryasahetapy sebagai objek penelitian sedangkan objek penelitian dari penelitian ini adalah akun instagram @quranreview.
Ahmad Kholikul Faozi (2019) Institut Agama Islam Negeri Purwokerto	Manajemen Kesan Penyandang Disabilitas Tuli Surya Sahetapy Melalui Akun	Kualitatif	Surya Sahetapy berusaha membangun kesan baik sebagai pribadi yang menarik dengan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada metode

Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
	Instagram @suryasahetapy		menggunakan teknik <i>self promotion</i> . Teknik lain yang digunakan adalah <i>ingratiation</i> yaitu berusaha memperlihatkan daya tarik pribadinya. Serta teknik manajemen kesan yang tidak digunakan Surya adalah <i>intimidation</i> dan <i>suplication</i> .	penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini metode penelitian kualitatif. Selain itu perbedaan lain adalah pada objek penelitian ini berfokus pada manajemen kesan berdasarkan unggahan pada akun instgaram @suryasahetapy.
Farid Rusdi Helen Universitas Tarumanegara (Jurnal)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Kuantitatif	Diperoleh hasil analisis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji t. Maka diperoleh hasil persamaan regresi linear sederhana $Y = 0.564 + 0.880X$ dengan nilai signifikan (<i>sig</i>) sebesar 0.000, ini berarti penggunaan media sosial akun instagram @Jktinfo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi <i>followers</i> nya.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada objek penelitian, peneliti menjadikan akun instagram @suryasahetapy sebagai objek penelitian sedangkan objek penelitian dari penelitian ini adalah akun instagram @Jktinfo.
Dian Nurvita Sari, Abdul Basit Universitas Muhammadiyah Tangerang Vol.3 No.1 Tahun 2020	Media Sosial Instagram Sebagai Media Edukasi Informasi Parenting	Kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi	Dari hasil penelitian diperoleh bahwa penggunaan media sosial sebagai media edukasi informasi parenting menghasilkan berbagai macam	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada metode penelitian, peneliti menggunakan

Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
(Jurnal)			respon, yaitu respon kognitif (informasi), afektif (perasaan), behavioral (tindakan) dalam mengakses, melihat dan mencari akun instagram @parentalk.id.	metode penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi.

Sumber : Peneliti 2022

Dengan demikian, dari keempat kajian penelitian terdahulu tersebut, peneliti memposisikan penelitian ini terkait Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*. Meskipun dalam keempat penelitian di atas memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian yang dilakukan sekarang, tetapi memiliki juga beberapa perbedaan. Seperti perbedaan objek penelitian, rumusan masalah dan serangkaian metode lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian terdahulu dijadikan sebagai referensi dan acuan dalam penelitian yang akan dilakukan sekarang.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi berdasarkan terjemahan Bahasa Inggris *Communication* yang berarti sama. Komunikasi pada hakikatnya membuat komunikan (orang yang menerima pesan) dengan komunikator (orang yang menyampaikan pesan) sama-sama memiliki kesamaan akan suatu pesan.

“Komunikasi menurut Harold D.Lasswell dalam Sendjaja yaitu:
“cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan

menjawab pertanyaan berikut: “*Who, Says what, In Which Channel, To Whom, With What Effect?* (Siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan efek bagaimana?).” (Harold D.Lasswell dalam Sendjaja, 1997:7).

Pengertian lain dari komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Shanon dan Weaver yang dikutip oleh Wiryanto ,yaitu :

“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).

Sedangkan komunikasi menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner (1964:527) adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dan informasi baik disampaikan secara verbal maupun secara non verbal. Komunikasi juga merupakan proses saling mempengaruhi antara komunikasikan dengan komunikator.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Harold D.Lasswell dalam Effendy (1994 : 11-19) membagi proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu proses komunikasi secara primer dan proses komunikasi secara sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lainnya dengan

menggunakan lambang (*symbol*) sebagai medianya. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal yaitu berupa bahasa, dan pesan non verbal seperti gestur, isyarat, gambar, warna, dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan dari komunikator kepada komunikan.

Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sebagai sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi karena komunikan sebagai sasaran berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Proses komunikasi secara sekunder menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa seperti surat kabar, televisi, radio dan sebagainya.

2.1.2.3 Unsur – Unsur Komunikasi

Menurut Harold. D. Lasswell unsur-unsur dalam komunikasi meliputi :

1. Komunikator

Komunikator adalah seseorang atau lembaga yang menyampaikan pesan kepada komunikan. Pesan tersebut dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikator juga dapat bertindak sebagai sumber pesan.

2. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*the content*) dan lambang (*symbol*). Willbur Scharmm (1955) mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan, yaitu sebagai berikut :

- a. Pesan harus disampaikan dan direncanakan sedemikian rupa sehingga pesan dapat menarik sasaran yang hendak dituju.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga terdapat kesamaan dan pengertian.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan tersebut.
- d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

3. Media

Media adalah saluran komunikasi. Media merupakan sarana penghubung dan penerima pesan yang digunakan oleh komunikator dan komunikan dalam menyampaikan pesan yang hendak disampaikan.

4. Efek

Efek adalah hasil yang dapat dilihat sebagai pengaruh diterima atau

tidaknya pesan yang telah disampaikan.

2.1.2.4 Komunikasi Verbal dan Non verbal

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan secara lisan atau tertulis. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan baik satu kata ataupun lebih. Bahasa dianggap sebagai sistem kode verbal (Mulyana, 2005). Bahasa dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa, yang dimana setiap bahasa mempunyai peraturan bagaimana kata-kata disusun menjadi sebuah kalimat yang kemudian memiliki arti.

Larry L.Barker (dalam Mulyana, 2005), bahasa memiliki tiga fungsi yaitu sebagai berikut :

- a. Fungsi Penamaan : sebuah usaha untuk mengidentifikasi objek, tindakan atau orang dengan menyebutkan namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
- b. Fungsi Interaksi : gagasan dan emosi yang mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
- c. Fungsi Transmisi Informasi : menyampaikan informasi kepada orang lain secara lintas waktu dengan menghubungkan masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang, memungkinkan kesinambungan dengan budaya dan tradisi.

2. Komunikasi Non verbal

Jika komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan secara lisan maka komunikasi non verbal adalah komunikasi yang tidak disampaikan melalui kata-kata dan disampaikan melalui *body language*, ekspresi wajah, simbol-simbol dan intonasi suara. Dalam proses komunikasi, komunikasi verbal dan nonverbal dapat berlangsung secara bersamaan. Contohnya seperti saat mengatakan tidak, selain mengucapkannya secara lisan biasa juga dibarengi dengan gelengan kepala yang menandakan tidak. Jadi, komunikasi nonverbal adalah pelengkap dari bahasa verbal.

Fungsi komunikasi non verbal (dalam Jalaludin, 1994) adalah sebagai berikut :

- a. Repetisi : mengulang kembali informasi yang telah disampaikan secara verbal.
- b. Substitusi : menggantikan lambang-lambang verbal. Pesan yang tidak dapat disampaikan secara verbal dapat tersampaikan dengan simbol-simbol nonverbal.
- c. Kontradiksi : memberi makna lain terhadap pesan verbal.
- d. Komplemen : melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal.
- e. Aksentuasi : menegaskan pesan verbal yang disampaikan.

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Massa

Gerbner mendefinisikan komunikasi massa sebagai : “*Mass Communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*”(Gerbner,1967). Diartikan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Definisi lain dari komunikasi massa dikemukakan oleh Bittner (Rakhmat, 203 : 188), yaitu komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Komunikasi massa harus dilakukan dengan menggunakan media massa.

2.1.3.2 Media Massa

Media massa merupakan saluran atau media penyampaian pesan dan informasi dari komunikasi massa. Seperti media penyebaran pesan melalui surat kabar, tabloid, televisi sampai film. Tetapi, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah melahirkan media baru salah satunya yang kita ketahui adalah media sosial. Fenomena ini biasa disebut *colaborating report*, dimana para jurnalis tidak lagi mencari, menulis, dan menerbitkan berita. Jurnalis fungsinya hanya sebagai penyalur atau penyebar luas berita dari sumber media sosial. Saat ini, peran jurnalis di media massa konvensional telah berubah dan berkembang menjadi penyebar luas berita. Sebelumnya berperan sebagai *news gathering* atau proses mencari, menulis, editing hingga dimuat di halaman media.

2.1.3.3 Bentuk Bentuk Media Massa

Bentuk-bentuk dari media komunikasi massa meliputi :

1. Media Cetak (Surat Kabar, Tabloid, Majalah)

Informasi dalam media cetak disampaikan dalam bentuk berupa surat kabar, tabloid, dan majalah. Khalayak media cetak umumnya golongan orang-orang dewasa yang aktif dan melek huruf.

2. Media Elektronik (Radio dan Televisi)

Informasi disampaikan melalui media elektro, yaitu suara di radio dan audio visual melalui televisi.

3. Media Siber (Media *Online* dan Situs Berita)

Perkembangan media digital menghadirkan perubahan baru dalam kehidupan manusia dan cara orang menggunakan media massa yaitu adanya media *online*. Keunggulannya yang cepat dan mudah diakses memberikan kemudahan kepada para penggunanya.

2.1.3.4 Syarat Komunikasi Massa

Dapat dikatakan komunikasi massa jika mencakup hal-hal berikut ini.

1. Komunikator dalam komunikasi massa menggunakan media untuk menyebarkan pesan dan informasi secara cepat kepada khalayak

2. Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan dan informasi bermaksud berbagi pengertian dengan banyak khalayak yang heterogen
3. Pesan dan informasi adalah milik publik. Artinya pesan dan informasi dapat didapatkan dan diterima oleh khalayak luas
4. Komunikator komunikasi massa biasanya berupa organisasi atau lembaga formal
5. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*. Artinya pesan dan informasi yang disampaikan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga

2.1.3.5 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick (2001) adalah sebagai berikut:

1. Pengawasan (*Surveillance*)
 - a. Fungsi pengawasan peringatan : peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi ancaman
 - b. Fungsi pengawasan instrumental : memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari
2. Penafsiran (*Interpretation*)

Media massa tidak hanya menampilkan fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.

3. Pertalian (*Linkage*)

Media massa dapat menyatukan berbagai orang yang beragam sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama.

4. Penyebaran Nilai-nilai (*Transmission of Values*)

Sosialisasi mengacu kepada cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media mewakili kita dengan model peran yang diamati dan harapan untuk menirunya.

5. Hiburan (*Entertainmnet*)

Seperti memberikan hiburan melalui acara-acara dalam televisi. Hiburan tersebut dapat membuat para penontonnya sedikit mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi.

2.1.4 Tinjauan Tentang Teori Determinasi Teknologi

Teori determinasi teknologi pertama kali hadir dari pemikiran McLuhan melalui tulisannya yang berjudul "*The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*". Menurut McLuhan, perubahan yang terjadi dalam cara berkomunikasi akan membentuk pola keberadaan dari manusia. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir dan berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Teori determinasi teknologi yang dikembangkan oleh McLuhan mengungkapkan bagaimana sebuah teknologi baru

khususnya teknologi komunikasi yang dibuat dapat menciptakan pola-pola baru yang ada didalam manusia baik itu pola komunikasi, perilaku, dan runtunan berpikir. Semua pola itu dapat berubah atau menghasilkan pola baru yang diciptakan oleh keberadaan teknologi (Tristan, Sadono, & Marta, 2019).

Dalam teori ini, McLuhan berpikir bahwa budaya kita dibentuk melalui bagaimana cara kita berkomunikasi, adapun tahapan-tahapannya adalah yang pertama yaitu penemuan dalam bidang teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. Lalu yang tahapan kedua adalah perubahan dalam jenis komunikasi akhirnya akan membentuk cara interaksi manusia yang baru. Dan yang terakhir yakni manusia membentuk peralatan untuk berkomunikasi dan akhirnya peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu membentuk dan juga mempengaruhi kehidupan kita. Dalam penelitian ini, cara berkomunikasi dan penyampaian informasi yang dilakukan di akun instagram @suryasahetapy telah terpengaruh oleh perkembangan teknologi. Teknologi tersebut pada akhirnya membentuk dan mempengaruhi bagaimana terjadinya proses dan penyebaran informasi yaitu melalui media sosial sebagai bentuk dari perkembangan teknologi.

McLuhan membagi sejarah kehidupan manusia ke dalam empat periode. Pertama adalah periode *The Tribal Age* (Era Suku atau Purba) dimana manusia hanya mengandalkan indera pendengaran dalam berkomunikasi. Komunikasi pada era itu mendasarkan diri pada narasi, cerita, dongen tuturan, dan sejenisnya. Periode yang kedua adalah *The Literate Age* (Era Literal atau huruf). Semenjak ditemukannya alphabet atau huruf, maka cara manusia berkomunikasi banyak berubah. Indera penglihatan kemudian menjadi dominan di era ini, mengalihkan

indera pendengaran. Manusia berkomunikasi tidak lagi mengandalkan dengan berbicara, tapi lebih kepada tulisan.

Periode yang ketiga adalah *The Print Age* (Era Cetak). Pada periode ini, mesin cetak telah ditemukan dan alfabet telah menyebar ke penjuru dunia. Kehadiran mesin cetak, dan kemudian media cetak, menjadikan manusia lebih bebas lagi untuk berkomunikasi. Periode keempat yaitu *The Electronic Age* (Era Elektronik). Era ini juga menandai ditemukannya berbagai macam alat atau teknologi komunikasi. Telegram, telepon, radio, film, televisi, *VCD*, *fax*, komputer, dan internet. Manusia kemudian menjadi hidup di era “*global village*”.

Menurut McLuhan, media adalah jantung peradaban manusia. Landasan organisasi sosial manusia dan kehidupan kolektif ditentukan oleh dominasi media dalam suatu masyarakat (Saefudin, 2008). Teori determinisme teknologi berkembang seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi, yang berdampak signifikan pada pertumbuhan media massa, kontak sosial manusia, dan masuknya internet ke dalam kehidupan sehari-hari. Internet mengubah dunia dan manusia. Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi memunculkan media baru yang sering disebut media sosial, yang merupakan media interaktif yang memanfaatkan jaringan internet untuk menghubungkan seluruh dunia.

2.1.5 Tinjauan Tentang Media Sosial Instagram

Instagram adalah sebuah kelompok aplikasi menggunakan basis internet dan teknologi web.2.0 yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan *user generated content*. (Kaplan & Haelein, 20014:26). Instagram disusun dari dua kata

yaitu “*Insta*” dan “*Gram*”. Instagram adalah salah satu aplikasi populer saat ini. Para penggunanya biasa menggunakan instagram untuk membagikan foto dan video kegiatan mereka bahkan saat ini instagram menjadi salah satu media promosi.

Instagram memiliki beberapa fitur yang memiliki perbedaan dengan media sosial lainnya. Berikut fitur-fitur dalam instagram :

1. Pengikut (*Followers*)

Para pengguna instagram dapat menjadi pengikut atau mengikuti akun instagram lainnya. Sehingga komunikasi terjalin antara sesama pengikut media sosial instagram yang sama. Pengikut dapat memberikan komentar pada unggahan baik berupa foto, video serta barang dan jasa yang dipromosikan melalui media sosial instagram.

2. Mengunggah Foto (*Upload Foto*)

Seperti disebutkan di atas sebelumnya, bahwa instagram adalah salah satu media sosial yang dapat membagikan foto para penggunanya. Foto tersebut nantinya dapat dilihat dan dikomentari oleh para pengikut.

3. Tanda Suka

Tanda suka sebagai penanda bahwa pengguna yang mengikuti akunnya telah menyukai unggahannya. Banyak sedikitnya jumlah tanda suka pada suatu postingan promosi dapat menjadi salah satu

faktor banyak atau tidaknya yang tertarik dengan barang atau jasa yang dipromosikan tersebut.

4. Jejaring Sosial

Foto tidak hanya dapat dibagikan di instagram saja, tetapi bisa juga di beberapa media sosial lain seperti *facebook*, *twitter*, *foursquare*, *tumblr*, dan *flicks* yang tersedia di halaman Instagram di pilihan untuk membagikan foto.

5. *Explore*

Kumpulan foto-foto populer dari seluruh dunia. Sehingga foto-foto tersebut dapat dilihat dan disukai oleh siapa saja nantinya. Dengan itu, jumlah pengikut pun bisa menjadi bertambah.

2.1.6 Tinjauan Tentang Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Sedangkan pengertian pengaruh menurut J.S Badudu dan Sultan Mohammad Zain, pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, dalam arti sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain dengan kata lain pengaruh merupakan penyebab sesuatu terjadi atau dapat mengubah sesuatu ke bentuk yang kita inginkan.

Pengaruh adalah suatu keadaan dimana terjadinya hubungan timbal balik atau sebab akibat antara apa yang dipengaruhi dan apa yang terpengaruh. Kedua hal

tersebut akan dicari dan dihubungkan apa ada hal yang mengubungkan keduanya. Jika salah satu yang disebut pengaruh tersebut berubah, maka akan ada akibat yang ditimbulkan dari perubahan tersebut.

2.1.7 Tinjauan Tentang Kebutuhan Informasi

Menurut Sutabri (2005), informasi adalah data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi penerimanya dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat ini dan mendatang. Informasi adalah sebuah istilah yang tidak tepat pemakaiannya secara umum. Informasi dapat berisi data mentah, data tersusun, kapasitas sebuah saluran komunikasi, dan sebagainya.

Kebutuhan informasi menurut Kuhlthau dalam Astuti (2008) , sesuatu yang lambat laun muncul dari kesadaran yang samar-samar mengenai sesuatu yang hilang, dan pada tahap berikutnya pencari informasi ingin mengetahui tempat informasi yang akan memberikan kontribusi pada pemahaman dan makna.

Ada empat pendekatan menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) mengenai kebutuhan informasi pengguna media sosial sebagai berikut :

1. *Current need approach* (Kebutuhan Informasi Mutakhir), pendekatan terhadap pengguna media yang mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuannya.

2. *Everyday need approach* (Kebutuhan Informasi Secara Rutin), pendekatan terhadap pengguna yang membutuhkan informasi secara cepat, spesifik, dan rutin.
3. *Exhaust need approach* (Ketergantungan Kebutuhan Informasi), pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung terhadap informasi yang diperlukannya.
4. *Catching-up need approach* (Kebutuhan Informasi Sekilas), pendekatan terhadap pengguna yang mencari perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

2.1.8 Tinjauan Tentang Bahasa Isyarat

Saat kita berkomunikasi dan menyampaikan informasi kepada seseorang pada umumnya kita akan mengatakannya secara langsung menggunakan suara dan perkataan dari mulut kita. Tetapi, lain halnya dengan teman-teman tunarungu atau tuli. Bagi teman-teman tunarungu atau tuli mereka biasanya berkomunikasi dengan menggunakan bahasa isyarat. Bahasa isyarat adalah suatu kaidah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol tanpa menggunakan suara atau bahasa non verbal, simbol-simbol yang digunakan yaitu pergerakan tangan, mimik muka, dan gambar yang mempunyai makna tertentu sehingga penutur dan penerima dapat menerima apa yang disampaikan (Rindi, 2015).

Di Indonesia terdapat dua bahasa isyarat yang digunakan, yaitu Sistem Bahasa Isyarat Indonesia (SIBI) dan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO). Perbedaan keduanya terletak pada tangan yang digunakan dalam proses bahasa

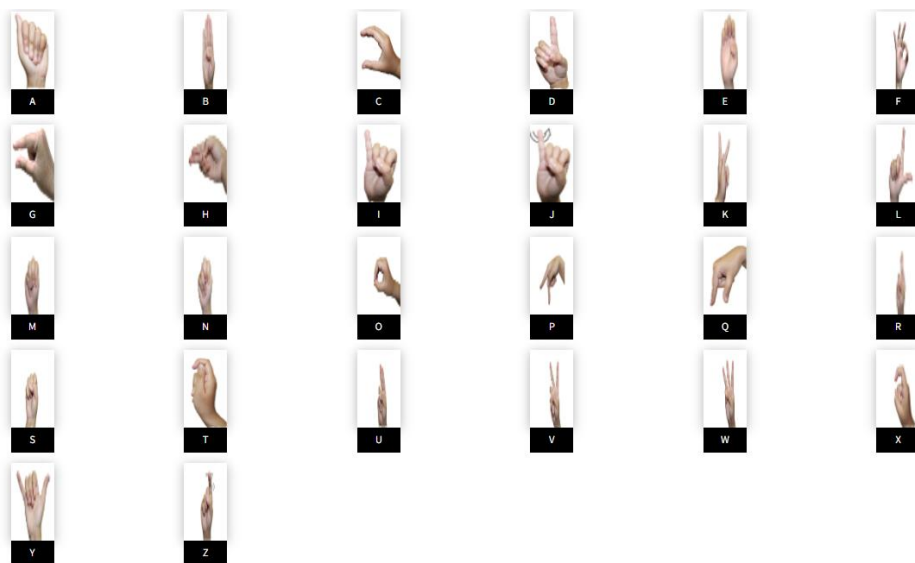
isyarat. Jika pada SIBI hanya menggunakan salah satu tangan, BISINDO menggunakan kedua tangan untuk berkomunikasi dengan bahasa isyarat. Selain itu, BISINDO adalah bahasa isyarat yang tumbuh dan berkembang di tengah kehidupan teman-teman tunarungu atau tuli dan sering digunakan untuk berkomunikasi dalam kegiatan sehari-hari. Sedangkan SIBI adalah sistem bahasa isyarat yang telah diakui oleh pemerintah Indonesia dan digunakan dalam pengajaran di Sekolah Luar Biasa atau Tunarungu (SLB/B).

2.1.8.1 Sistem Bahasa Isyarat Indonesia (SIBI)

Sistem Bahasa Isyarat Indonesia merupakan sistem bahasa isyarat resmi yang telah diakui oleh pemerintah. Ada beberapa tolak ukur sebagai pertimbangan yang mencakup segi kemudahan, keindahan, dan ketepatan pengungkapan makna atau struktur kata yang disampaikan melalui bahasa isyarat, yaitu sebagai berikut :

1. Sistem isyarat harus akurat dan konsisten mewakili sintaksis bahasa Indonesia yang biasa digunakan oleh masyarakat Indonesia. Sesuai dengan tujuan utama sistem isyarat, yaitu sistem yang mengalihkan bahasa yang biasa digunakan oleh masyarakat umum ke dalam isyarat.
2. Sistem isyarat harus disusun mewakili satu kata dasar atau imbuhan. Contohnya seperti kata gabung yang sudah memiliki maknanya sehingga tidak diwakili oleh dua isyarat.

3. Sistem isyarat harus disusun dengan mencerminkan situasi sosial, budaya dan ekologi bahasa Indonesia. Perlu mengindari adanya kemungkinan konotasi dalam isyarat di daerah tertentu di Indonesia.
4. Sistem isyarat harus memperhatikan isyarat yang telah ada dan dipergunakan oleh teman-teman tunarungu atau tuli di Indonesia dan harus dikembangkan melalui konsultasi dengan perwakilan dari masyarakat.
5. Isyarat yang disusun harus memiliki kelayakan dalam wujud dan maknanya.
6. Sistem isyarat harus dituangkan dalam kamus Sistem Bahasa Isyarat



Gambar 2.1 Abjad Jari SIBI

Sumber : Kamus Sistem Bahasa Isyarat Indonesia 2022

2.1.8.2 Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO)

Bahasa isyarat Indonesia adalah bahasa isyarat yang tumbuh secara alami dalam kehidupan masyarakat. BISINDO lahir dan dibentuk dari kebiasaan komunikasi yang dilakukan oleh teman-teman tunarungu dalam kehidupan sehari-hari. BISINDO memiliki gramatika yang berbeda dari bahasa Indonesia dan juga memiliki variasi perbedaan di setiap daerah di Indonesia. BISINDO diperjuangkan oleh almarhum Bapak Siregar kemudian dilanjutkan oleh organisasi Tuli yaitu Gerakan untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia (GERKATIN) dan saat ini dikoordinasikan oleh Pusat Bahasa Isyarat Indonesia (Pusbisindo).



Gambar 2.2 Abjad Jari BISINDO

Sumber : Kompasiana 2021

2.1.9 Tinjauan Tentang *New Media*

Kehadiran media baru tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan perkembangan internet yang semakin pesat. Media baru atau *new media* adalah istilah untuk mencakup kemunculan era serba digital seperti saat ini. Sebagian teknologi pada *new media* mempunyai karakteristik dapat memanipulasi, bersifat jaringan, serta interaktif. Kehadiran *new media* dipahami sebagai konsekuensi dari teknologi komunikasi yang membuat batas *platform* media yang ada sebelumnya menjadi kabur (Widjayanti, 2016 : 348).

2.1.9.1 Karakteristik *New Media*

Beberapa karakteristik dari *new media* adalah sebagai berikut :

1. Interaktif

Menghubungkan pesan-pesan yang terhubung satu sama lain secara cepat dan mendapatkan *feedback* yang cukup cepat juga dibandingkan dengan media lama.

2. Hipertekstual

Setiap informasi yang ada di media lama dimasukkan kembali ke dalam tampilan media baru dengan tampilan baru yang disesuaikan.

3. Jaringan

Terdapat beberapa jaringan internet yang mempermudah orang untuk menggunakan internet dalam mencari informasi.

4. Virtual

Karena sifatnya virtual, identitas seseorang atau kelompok menjadi tidak jelas dan tidak dapat dipercaya sepenuhnya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran peneliti yang nantinya akan dijadikan skema pemikiran dalam latar belakang penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran akan dijelaskan mengenai masalah pokok dalam penelitian ini. Penjelasan disusun dengan menggabungkan antara teori dengan masalah yang akan diteliti.

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Teori determinasi teknologi yang dikembangkan oleh McLuhan mengungkapkan bagaimana sebuah teknologi baru khususnya teknologi komunikasi yang dibuat dapat menciptakan pola-pola baru yang ada didalam manusia baik itu pola komunikasi, perilaku, dan runtunan berpikir. Semua pola itu dapat berubah atau menghasilkan pola baru yang diciptakan oleh keberadaan teknologi (Tristan, Sadono, & Marta, 2019). Terdapat empat dimensi penting dalam konsep Pengaruh berdasarkan Teori Determinasi Teknologi, yaitu Intensitas, keterbukaan, percakapan dan partisipan.

1. Intensitas

Intensitas menurut Yumiar dan Nurwidiawati (2013) adalah tingkat keseringan seseorang dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang didasarkan oleh rasa senang terhadap kegiatan yang dilakukan.

2. Keterbukaan

Feedbcak yang cukup cepat dan terbuka membuat orang bisa melakukan apa yang dipilihnya, seperti berkomentar dan menyebarkan informasi yang didapatkan.

3. Percakapan

Komunikasi yang terjadi secara dua arah dan dibagikan melalui media sosial tersebut.

4. Partisipan

Partisipasi dalam memberikan umpan balik seperti mengikuti live instagram mengenai pembelajaran bahasa isyarat.

Pemenuhan kebutuhan informasi menurut Kuhlthau dalam Astuti (2008) adalah, sesuatu yang lambat laun muncul dari kesadaran yang samar-samar mengenai sesuatu yang hilang, dan pada tahap berikutnya pencari informasi ingin mengetahui tempat informasi yang akan memberikan kontribusi pada pemahaman dan makna.

1. ***Current Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Mutakhir)

Pengguna yang mencari informasi di akun media sosial instagram @suryasahetapy untuk memperluas pengetahuannya.

2. ***Everyday Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Secara Rutin)

Pengguna yang mencari informasi di akun media sosial instagram @suryasahetapy yang membutuhkan informasi secara cepat, spesifik, dan rutin seperti sebagai informasi rutin untuk belajar.

3. ***Exhaust Need Approach*** (Ketergantungan Kebutuhan Informasi)

Pengguna yang mencari informasi di akun media sosial instagram @suryasahetapy yang sangat bergantung terhadap informasi yang diperlukannya. Contohnya seperti teman tuli yang bergantung dan belajar dari postingan instagram.

4. ***Catching-up Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Sekilas)

Pengguna yang mencari perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu Pengaruh sebagai variabel X dan Kebutuhan Informasi sebagai variabel Y.

Terdapat empat dimensi yang membentuk pengaruh : intensitas, keterbukaan, percakapan dan partisipasi

1. Intensitas

Dalam indikator ini akan dicari tahu intensitas penggunaan media instagram dari para *followers*.

2. Keterbukaan

Dalam indikator ini akan dicari tahu *feedback* dari para *followers*.

3. Percakapan

Dalam indikator ini akan dicari tahu percakapan apa saja yang pernah terjadi antara para *followers* dengan Surya.

4. Partisipasi

Dalam indikator ini akan dicari tahu partisipasi para *followers* dengan konten-konten yang ditampilkan di akun instagram @suryasahetapy.

Selanjutnya variabel (Y) yaitu Kebutuhan Informasi, yang diperoleh dari sumber , indikator yang terdapat dalam minat belajar antara lain :

1. *Current Need Approach* (Kebutuhan Informasi Mutakhir)

Dalam indikator ini akan dicari bagaimana para *followers* memiliki ketertarikan untuk mencari informasi bahasa isyarat melalui konten-konten dalam akun instagram @suryasahetapy.

2. *Everyday Need Approach* (Kebutuhan Informasi Secara Rutin)

Dalam indikator ini akan dicari bagaimana para *followers* memiliki ketertarikan untuk mencari informasi bahasa isyarat melalui konten-konten dalam akun instagram @suryasahetapy.

3. *Exhaust Need Approach* (Ketergantungan Kebutuhan Informasi)

Dalam indikator ini akan dicari bagaimana para *followers* memiliki ketertarikan untuk mencari informasi bahasa isyarat melalui konten-konten dalam akun instagram @suryasahetapy.

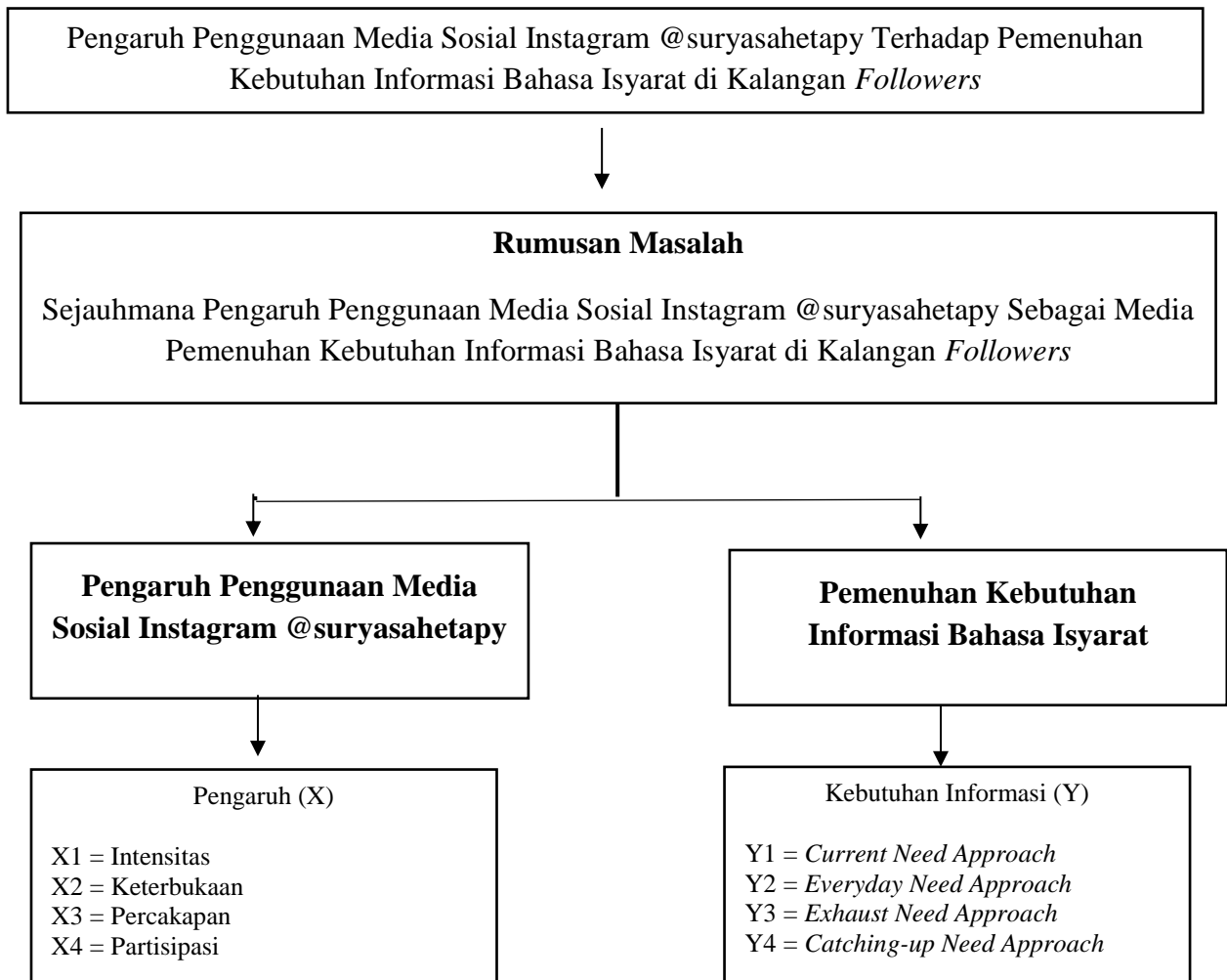
4. *Catching-up Need Approach* (Kebutuhan Informasi Sekilas)

Dalam indikator ini akan dicari bagaimana para *followers* memiliki ketertarikan untuk mencari informasi bahasa isyarat melalui konten-konten dalam akun instagram @suryasahetapy.

2.2.3 Alur Kerangka Penelitian

Gambar 2.3

Alur Pikir Peneliti



Sumber : Peneliti 2022

2.3 Hipotesis

Menurut Margono, hipotesis adalah kemungkinan jawaban dari masalah yang diajukan, dan ini merupakan dugaan yang bijaksana dari peneliti yang diturunkan dari teori yang telah ada.” (Margono, 1997:80).

Penggunaan hipotesis dalam penelitian karena hipotesis sesungguhnya baru sekadar jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian baik sebagai objek pengujian atau dalam proses pengumpulan data penelitian.

Hipotesis alternatif atau induk (H_a) menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y, sedangkan Hipotesis nol (H_0) menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan Variabel Y yang diujikan dalam penelitian. Berdasarkan judul penelitian di atas yaitu mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa di Kalangan *Followers*, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

2.3.1 Hipotesis Induk

1. H_a : Terdapat Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.
2. H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

2.3.2 Hipotesis Pendukung

1. H_a : Terdapat Pengaruh Antara **Intensitas** Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Antara **Intensitas** Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

2. H_a : Terdapat Pengaruh Antara **Keterbukaan** Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Antara **Keterbukaan** Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

3. H_a : Terdapat Pengaruh Antara **Percakapan** Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Antara **Percakapan** Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

4. H_a : Terdapat Pengaruh Antara **Partisipasi** Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Antara **Partisipasi** Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

5. H_a : Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat Terhadap ***Current Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Mutakhir) di Kalangan *Followers*.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Isyarat Terhadap ***Current Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Mutakhir) di Kalangan *Followers*.

6. H_a : Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Isyarat Terhadap ***Everyday Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Secara Rutin) di Kalangan *Followers*.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Isyarat Terhadap ***Everyday Need Approach*** (Kebutuhan Informasi Secara Rutin) di Kalangan *Followers*.

7. H_a : Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Isyarat Terhadap *Exhaust Need Approach* (Ketergantungan Kebutuhan Informasi) di Kalangan *Followers*.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Isyarat Terhadap *Exhaust Need Approach* (Ketergantungan Kebutuhan Informasi) di Kalangan *Followers*.

8. H_a : Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap *Catching-up Need Approach* (Kebutuhan Informasi Sekilas) Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Antara Penggunaan Media Sosial Instagram @suryasahetapy Terhadap *Catching-up Need Approach* (Kebutuhan Informasi Sekilas) Bahasa Isyarat di Kalangan *Followers*.