

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Peneliti menyusun penelitian dengan judul “Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @infokabupatenbandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Pengikutnya” Mengetahui bagaimana metode penelitian dan hasil-hasil penelitian yang dilakukan dan digunakan sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian. Data pendukung ini menurut peneliti sangatlah penting untuk dijadikan acuan dalam penelitian dan akan sangat membantu untuk data yang relevan bagi penelitian ini.

Berikut ini judul penelitian sebelumnya yang sebagai referensi yang mengangkat Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @infokabupatenbandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Pengikutnya:

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan**

NO	NAMA/TAHUN	Tine Agustin Wulandari (2020)	Intanjani Putriku (2022)	M Abid Rifqy (2022)
1	UNIVERSITAS	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang	Universitas Muhammadiyah Surakarta
2	JUDUL PENELITIAN	Kinerja Staf Administrasi Program Studi di Perguruan Tinggi Swasta dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Mahasiswa	Penggunaan media Sosial Instagram dalam Pemenuhan Informasi Siswa di SMPN 19 Semarang Sebagai Sekolah Peneliti dan Digital	Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai media Informasi
3	METODE PENELITIAN	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif

4	<b>HASIL PENELITIAN</b>	Kesempatan berprestasi (opportunity to perform) staf administrasi program studi dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa berasal dari: peralatan kerja yaitu sarana dan prasarana yang disediakan dianggap telah memadai dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa.	Akun Instagram @smp19_smg selalu menyajikan unggahan informasi mengenai kegiatan sekolah dan segala informasi yang bermanfaat bagi para siswa SMP N 19 Semarang menggunakan 5 strategi informasi dalam unggahan (personal branding, peningkatan kreatifitas, pengelolaan waktu, pengingat, dan konten) serta dilengkapi dengan penggunaan fitur visual yang menarik dan mudah diterima oleh para siswa. dalam menyajikan unggahan informasi akun @smp19_smg menggunakan kalimat formal yang tidak memiliki unsur negatif pada penggunaan bahasa dan kalimat.	Motif admin menggunakan akun @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan untuk mendeskripsikan kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan.
5	<b>PERBEDAAN PENELITIAN</b>	Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengetahui bagaimana kinerja staf administrasi program studi di perguruan tinggi swasta dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa melainkan untuk mengetahui bagaimana Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @infokabupatenbandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Pengikutnya	Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengetahui bagaimana Penggunaan media Sosial Instagram dalam Pemenuhan Informasi Siswa di SMPN 19 Semarang Sebagai Sekolah Peneliti dan Digital melainkan untuk mengetahui bagaimana Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @infokabupatenbandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Pengikutnya	Penelitian ini tidak bertujuan untuk mengetahui bagaimana Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai media Informasi melainkan untuk mengetahui bagaimana Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @infokabupatenbandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Pengikutnya

(Sumber: Peneliti, 2024)

## **2.2 Kajian Pustaka**

### **2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi**

#### **2.2.1.1 Definisi Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi antar manusia akan menghasilkan kegiatan komunikasi, dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan hasil dari hubungan sosial. Pengertian tersebut berarti bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun kelompok.

Menurut Mulyana (2005) dalam Jurnal Hawari Rifqi (2015), kata komunikasi atau komunikasi dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communicaco*, komunikasi atau *Communicare* yang berarti “to make the same” (membuat bersama). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling umum digunakan sebagai asal kata “komunikasi” dan juga merupakan akar kata Latin serupa lainnya. Komunikasi berarti berbagi ide, makna atau informasi (Rifqi, 2016).

Untuk berkomunikasi secara efektif, kita perlu tidak hanya memahami proses komunikasi tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif. Komunikasi dianggap efektif ketika terjadi interaksi dua arah di mana makna yang disampaikan sama atau serupa dengan yang dimaksudkan oleh pengirim pesan.

Menurut Berelson dan Starainer yang dikutip oleh Fisher dalam buku "Teori-teori Komunikasi", komunikasi adalah proses penyampaian informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain-lain melalui penggunaan simbol seperti kata, angka, grafik, dan sebagainya. Sementara itu, menurut Effendy, komunikasi adalah

peristiwa penyampaian ide manusia melalui simbol atau lambang yang dapat mempengaruhi tingkah laku melalui berbagai media.

#### **2.2.1.2 Tujuan Komunikasi**

Tujuan komunikasi menurut Stanton (1982) dalam Jurnal Dadan Suherdiana (2020), yang ditulis dalam buku Komunikasi Serba Ada Serba Makna bahwa ada beberapa tujuan komunikasi manusia, seperti:

1. Mempengaruhi orang lain

Dengan berkomunikasi dengan orang lain, tentunya memiliki tujuan untuk mempengaruhi orang lain. Seseorang dapat berubah persepsi apabila melakukan komunikasi dengan mempengaruhi orang lain.

2. Membangun atau mengelola relasi antar orang

Dengan berkomunikasi, seseorang atau pihak dapat membangun dan mengelola relasi antar orang. Relasi atau hubungan yang terjadi antar orang terjadi dikarenakan baiknya sebuah hubungan dipengaruhi oleh komunikasi yang terjalin.

3. Membantu orang lain

Dengan berkomunikasi tentu menjadi hal untuk membantu orang lain, dikarenakan dengan membantu orang, akan ada penawaran atau ajakan yang dimana antara yang satu dengan lain akan berkomunikasi.

4. Menemukan perbedaan jenis pengetahuan

Dalam berkomunikasi dengan orang lain, tentunya seseorang akan mendapatkan sebuah perbedaan dari berbagai pengetahuan, bertukar pikiran menjadi sumber pengetahuan baru yang didapatkan.

## 5. Bermain atau berguna

Berkomunikasi juga dapat menjadi sebuah hal untuk melakukan permainan yang berguna, seperti bercerita yang dimana didalamnya terdapat pesan tersirat (Suherdiana, 2020).

### 2.2.1.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi Komunikasi yang dikemukakan Willian I. Gorden dalam Mulyana (2007), yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", menetapkan bahwa komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental tidak saling meniadakan. Ada beberapa pendapat di sini, seperti yang dinyatakan oleh Onong Uchajana Effendy dalam bukunya "Ilmu, Teori, dan Filsafat". Komunikasi memiliki empat fungsi:

#### 1. Menginformasikan (*To Inform*)

Fungsi dari komunikasi adalah menginformasikan, bahwa semua hal yang disampaikan adalah untuk menginformasikan sesuatu dari seseorang ke orang lain dan dari sebuah pihak kepada pihak lain.

#### 2. Mendidik (*To Educate*)

Komunikasi juga berfungsi untuk mendidik yaitu memberikan informasi yang mendidik seseorang agar mengerti dan membuat perubahan bagi seseorang atau pihak agar lebih baik kedepannya.

#### 3. Menghibur (*To Entertain*).

Komunikasi berfungsi sebagai penghibur atau hiburan, dimana beberapa media melakukan penanyangan yang bersifat menghibur orang yang menontonnya.

#### 4. Mempengaruhi (*To Influence*)

Komunikasi berfungsi untuk mempengaruhi, dimana beberapa orang mempengaruhi orang lain agar dapat bersamasama mengerti hal yang sedang dibicarakan dan menyatukan berbagai pemikiran dan persepsi yang berbeda.

##### **2.2.1.4 Hambatan Komunikasi**

Salam berkomunikasi, tentunya tidak luput dalam adanya hambatan. Melakukan komunikasi secara efektif tentunya tidaklah mudah. Ada banyak hambatan yang bisa merusak komunikasi. Menurut Onong Uchajana Effendy dalam bukunya “Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi di terangkan di Jurnal Siti Maryam (2007), ada beberapa hal yang merupakan hambatan komunikasi yang harus menjadi perhatian bagi pengirim pesan bila ingin komunikasinya sukses:

##### 1. Gangguan

Disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan fisik, seperti suara kresek-kresek radio, gambar yang tidak jelas di televisi, halaman surat kabar yang terobek, bunyi kendaraan yang berpidato lewat waktu, dll. dikenal sebagai gangguan mekanik. Namun, gangguan semantik adalah gangguan yang berkaitan dengan pesan atau isi komunikasi dan berhubungan dengan salah pengertian karena orang-orang yang terlibat dalam komunikasi memahami lambang-lambang dengan cara yang berbeda.

##### 2. Kepentingan

Biasanya selektif dalam memilih pesan; pesan yang dianggap sesuai dengan kepentingannya akan ditanggapi dan dipahami. Kepentingan juga

mempengaruhi daya tanggap, perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita, dan membuat kita reaktif terhadap stimuli yang tidak sesuai atau bertentangan dengan kepentingan kita.

### 3. Motivasi terpendam

Semakin dekat komunikasi dengan motivasi seseorang, semakin besar kemungkinan orang tersebut akan menerimanya dengan baik. Meskipun demikian, tanggapan dari komunikan yang memiliki motivasi terpendam seperti karyawan yang ingin menyenangkan atasannya untuk naik pangkat atau gaji seringkali membuat komunikator tertipu oleh tanggapan yang seolah-olah tertarik dengan komunikasi meskipun sebenarnya tidak tertarik dengannya.

### 4. Prasangka

Merupakan salah satu hambatan terbesar atau kendala terbesar dalam komunikasi karena orang-orang dengan prasangka sudah bersikap curiga dan menentang orang yang ingin berkomunikasi. Prasangka tidak hanya terhadap ras, tetapi juga terhadap agama, kelompok, ideologi, atau suatu stimuli yang pernah memberi kesan buruk (Maryam, 2020).

#### **2.2.1.5 Prinsip Komunikasi**

Dalam buku Prof Dedy Mulyana yang berjudul "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", prinsip utama komunikasi adalah sebagai berikut:

#### 1. Komunikasi adalah suatu proses simbolik

Kemampuan untuk berpikir adalah salah satu perbedaan manusia dari makhluk lain (hewan). Seorang filosof mengistilahkan manusia sebagai al

hayawanu nathiq, yang berarti manusia adalah hewan yang berpikir. Dengan pemikiran itulah manusia dapat menggunakan simbol. Ernst Cassier mengatakan kemampuan manusia untuk menggunakan simbol (*animal symbolicum*) membedakan mereka dari makhluk lain.

2. Setiap perilaku memiliki potensi untuk berkomunikasi

Setiap orang tidak bebas dalam menilai, bahkan jika seseorang tidak bermaksud berkomunikasi, mereka sudah terlibat dalam proses berkomunikasi. Orang lain dapat menginterpretasikan gerakan tubuh dan ekspresi wajah seseorang sebagai sinyal.

3. Komunikasi memiliki dimensi isi dan hubungan

Muatan (isi) komunikasi diwakili oleh dimensi isi, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana pesan diucapkan dan diisyaratkan, hubungan para peserta komunikasi, dan cara pesan ditafsirkan.

4. Komunikasi terjadi dalam berbagai tingkat kesengajaan

Semua orang berkomunikasi, baik secara tidak sengaja maupun secara terencana. Komunikasi dalam situasi khusus meningkatkan kesadaran. Sebagai contoh, ketika kita berbicara dengan orang baru, cara kita berbicara pasti akan berbeda dari cara kita berbicara dengan teman yang sudah biasa bergaul bersama kita setiap hari.

5. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu

Pesan yang dikirim oleh pihak komunikan, baik secara verbal maupun non-verbal, disesuaikan dengan lokasi, kepada siapa, dan kapan komunikasi

berlangsung. Komunikasi akan memiliki arti tertentu, tergantung pada konteks seperti ruang dan fisik, waktu, sosial, dan psikologis.

6. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi

Orang-orang meramalkan dampak dari perilaku mereka saat berkomunikasi. Dengan kata lain, tatakrama atau aturan juga mengikat komunikasi. Artinya, pendekatan tertentu didasarkan pada bagaimana penerima pesan akan merespon. Prediksi ini sering terjadi tanpa disadari dan sering terjadi dengan cepat. Berdasarkan peran sosial seseorang, kita dapat memprediksi bagaimana mereka berkomunikasi.

7. Komunikasi bersifat sistemik

Komunikasi juga terdiri dari suatu sistem dari unsur-unsurnya. Setidaknya dua sistem utama berfungsi dalam transaksi komunikasi: sistem internal dan eksternal. Sistem internal mencakup seluruh sistem nilai yang dipegang oleh seseorang saat berinteraksi dengan orang lain dan selalu diserap oleh sosialisasinya di berbagai lingkungan sosial, seperti keluarga, masyarakat setempat, kelompok suku, kelompok agama, institusi pendidikan, dan lain-lain. Faktor-faktor dalam lingkungan di luar individu termasuk kata-kata yang dipilih untuk berbicara, isyarat fisik, kegaduhan, penataan ruangan, cahaya, dan suhu ruangan, dikenal sebagai sistem eksternal.

8. Komunikasi lebih efektif jika latar belakang sosial budayanya lebih mirip

Dua orang yang berbicara satu sama lain biasanya memiliki bahan yang sama untuk berbicara jika mereka berasal dari suku dan pendidikan yang sama. Komunikasi efektif berarti memenuhi harapan peserta.

9. Komunikasi bersifat nonsekuensial

Komunikasi ini bersifat sirkular yang berarti tidak berlangsung satu arah dimana melibatkan respon atau tanggapan sebagai bukti bahwa pesan yang disampaikan dimengerti

10. Komunikasi bersifat prosesual dinyatakan secara eksplisit dan eksplisit.

Prinsip bahwa komunikasi adalah sebuah proses berarti bahwa itu dinamis dan transaksional, dan bahwa ada proses saling memberi dan menerima informasi di antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi.

11. Komunikasi bersifat Irreversible

Setiap individu yang bertanggung jawab atas proses komunikasi tidak memiliki kemampuan untuk mengontrol sepenuhnya dampak yang ditimbulkan oleh pesan yang dikirim. Komunikasi tidak dapat ditarik kembali; jika seseorang menyakiti orang lain, penderitaan itu tidak akan hilang begitu saja.

12. Komunikasi bukan obat berbagai macam masalah

Komunikasi bukan satu-satunya cara untuk menyelesaikan masalah. Masalah komunikasi menyebabkan banyak masalah dan konflik antar manusia. Namun, konflik atau persoalan tidak dapat diselesaikan dengan komunikasi karena mungkin berhubungan dengan masalah struktural.

### **2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Digital**

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah menghasilkan berbagai alat komunikasi, dimulai dari komunikasi bisnis hingga komunikasi digital.

Perkembangan teknologi digital yang didukung oleh internet telah membawa banyak perubahan yang luar biasa, termasuk dalam bidang komunikasi. Menurut Khairul Anwar (2017) dalam Amalia Azmi Sitorus (2024) bahwa Komunikasi digital membuat seseorang bergantung pada ponsel, seperti ketika kita bangun di pagi hari dan mencari ponsel untuk mengirim pesan. Ini memungkinkan seseorang lebih dekat satu sama lain meskipun mereka berada di jarak yang berbeda (Sitorus et al., 2024).

Salah satu gelombang terkini dari kemajuan sosial ekonomi umat manusia adalah teknologi informasi, yang telah mengubah segala aspek kehidupan manusia, termasuk sosial, ekonomi, dan politik. Dimulainya komunikasi digital telah mengubah perilaku sosial masyarakat. Ini termasuk perubahan pada norma, budaya, dan etika yang ada. Literatur yang lebih luas tentang teori inovasi mencakup diskusi tentang komunikasi digital dan perubahan sosial, yang dimulai dengan konseptualisasi Shannon tahun 1948 tentang "digital" dalam Ambia Bostam (2022) bahwa telekomunikasi dan telah berkembang secara signifikan sejak saat itu. Penelitian tentang teknologi informasi dan perubahan sosial telah berkembang secara signifikan, mulai dari studi spekulatif tentang potensi dampak teknologi informasi terhadap kehidupan sosial dan ekonomi (Boestam & Derivanti, 2022).

Perkembangan teknologi komunikasi digital saat ini mengalami fenomena yang sama. Perubahan intensitas interaksi sosial tatap muka dipengaruhi secara langsung oleh penggunaan perangkat seperti *smartphone* dan konvergensi telekomunikasi, internet, dan penyiaran. Interaksi sosial telah banyak berubah, beralih dari fisik ke virtual melalui teknologi komunikasi digital. Akibatnya, orang

sekarang dapat berinteraksi secara digital dengan begitu mudah. Sekarang terjadi revolusi komunikasi, yang menghasilkan revolusi sosial. Sekarang, aktivitas yang dianggap "virtual" di internet lebih dominan dan semakin besar. Mereka tidak lagi dihargai sebagai "virtual". Fenomena konvergensi teknologi terjadi ketika teknologi komputer, telekomunikasi, internet, penyiaran dan media cetak secara kolektif diintegrasikan ke dalam satu unit digital.

Pavlik dan McIntosh (2004) dalam Ambia Boestam (2022) memberikan pemahaman bahwa konvergensi adalah perpaduan komputer, telekomunikasi, dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi digital juga dapat didefinisikan sebagai kolaborasi antara penyedia layanan informasi dan komunikasi. Tidak ada yang setuju tentang definisi konvergensi saat ini, tetapi pada dasarnya konvergensi adalah peningkatan teknologi komunikasi, yang berarti peningkatan juga dapat terjadi di bidang kreatif dan teknologi informasi (Boestam & Derivanti, 2022).

Cara orang berkomunikasi satu sama lain juga diubah oleh kemajuan teknologi dan perkembangan zaman. Pada era kesukuan (tribal), orang berkomunikasi secara lisan dan bertatap muka. Namun, pada era digital saat ini, alat komunikasi seperti ponsel dan *smartphone* menjadi perangkat yang dapat mengirimkan pesan dalam hitungan detik.

Segala sesuatu menjadi lebih praktis berkat kemajuan teknologi seperti *smartphone*. dalam satu waktu, penggunaanya dapat melakukan banyak hal, seperti berinteraksi melalui sosial media, melakukan panggilan telepon, mendengarkan musik, membaca buku digital, memesan hotel, atau bekerja secara *online*. Dalam

jurnal Gushevinalti dan Panji Suminar (2020) bahwa komunikasi digital memiliki beberapa karakteristik penting yang membedakan dari komunikasi konvensional:

1. Cepat yang berarti pesan dapat dengan cepat dikirim dan diterima melalui email, pesan instan, atau media sosial.
2. Global yang berarti orang di seluruh dunia dapat berinteraksi tanpa batasan geografis.
3. Interaktif yang berarti pengguna dapat berpartisipasi secara aktif dalam proses pesan dengan memberikan tanggapan atau komentar.
4. Dapat disesuaikan yang berarti memungkinkan berbagai jenis komunikasi digital di lingkungan tempat tinggal.
5. Terhubung yang berarti pengguna dapat berbagi pesan langsung satu sama lain dalam waktu nyata melalui aplikasi dan *platform* digital lainnya
6. Potensi viral yang berarti ketika seseorang informasi atau pemberitaan, ada kemungkinan besar bahwa pesan tersebut akan dilihat oleh sebagian besar pengikutnya (Gushevinalti et al., 2020).

### **2.2.3 Tinjauan Tentang Media Baru**

#### **2.2.3.1 Definisi Media Baru**

Media baru merupakan bukti dari perkembangan teknologi komunikasi media yang ini adalah media utama di mana pesan diproses dan disampaikan kepada khalayak melalui teknologi internet. Ciri utama media baru adalah kemampuan untuk terhubung dengan pengirim dan penerima pesan di mana saja dan kapan saja. Dalam Jurnal Sri Wahyuni (2018) bersumber dari bukunya "Mass

*Communication Theory*", Dennis McQuail mencatat bahwa *new media* adalah kumpulan teknologi komunikasi yang berbeda, memiliki fitur terbaru, dibuat secara digital, dan banyak tersedia untuk digunakan secara personal sebagai alat komunikasi. McQuail menyoroti internet sebagai media yang digunakan dalam *new media*. Penggunaan internet untuk memberikan hiburan dan informasi telah menyebar di seluruh dunia dan memungkinkan orang-orang dari berbagai belahan dunia untuk berkomunikasi dan berinteraksi sosial secara jarak jauh tanpa terkendala oleh waktu dan tempat. Dengan perkembangan teknologi dan penyebaran melalui media, khususnya internet, *new media* akan terus memengaruhi gaya hidup remaja di Indonesia.

Pada awalnya, terdapat klaim ideologis bahwa internet "membebaskan" informasi dan penggunaannya, yang dipandang oleh banyak penulis sebagai dasar bagi pembentukan batasan baru. Metafora "perbatasan baru" ini menjadi kuat dalam gambaran tentang apa yang disebut David Silver sebagai "*popular cyberculture*", merujuk pada pendidikan masyarakat tentang daya tarik internet. di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi terjadi dengan cepat. Berbagai temuan teknologi canggih bermunculan, dan media menjadi alat utama untuk penyebaran informasi. *New media*, khususnya internet, mewakili revolusi dalam media saat ini. Meskipun jarak fisik antara individu dan komunitas sangat jauh, internet memungkinkan interaksi dan komunikasi antara mereka. Ini membuat orang lebih suka berinteraksi melalui dunia maya dibandingkan dengan interaksi langsung.

Internet membawa individu keluar dari isolasi yang mungkin diciptakan oleh media, terutama dalam konteks perkotaan. dalam masyarakat informasi,

individu semakin cenderung berinteraksi dengan layar komputer, membangun hubungan "wajah ke layar" daripada "wajah ke wajah". Hal menarik lainnya adalah bahwa pengguna internet dalam dunia maya adalah individu yang bahkan mungkin tidak pernah berinteraksi tatap muka satu sama lain. Bahkan di tengah kesibukan masyarakat perkotaan, mereka masih dapat berkomunikasi dan menjalin relasi melalui layar komputer. Hal ini menciptakan homogenitas dalam masyarakat yang terbentuk melalui layar komputer (Wahyuni, 2018). Karena adanya media baru, tentunya ada beberapa perubahan yang dialami media, diantaranya:

1) Digitalisasi bentuk media

Media yang ada saat ini memiliki infrastruktur dan melalui *platform* digital seperti sosial media dalam melakukan sesuatu penyampaian informasi atau pemberitaan.

2) Perluasan komunikasi dan koneksi

Media baru tentunya menyebabkan informasi menyebar secara luas yang dimana informasi tersebar secara cepat melalui koneksi internet.

3) Kemudahan penyampaian dan penerimaan pesan

Adanya media baru, tentu mempermudah penyampaian pesan kepada khalayaknya secara cepat serta khalayak pun mudah dalam mengakses pesan, hanya dalam genggam.

4) Bermunculan berbagai bentuk media baru

Media baru yang ada tentu bermunculan dengan berbagai bentuk dan melalui berbagai *platform*, dimana hasil yang ditampilkan tergolong berbeda antara satu dengan yang lain.

### **2.2.3.2 Karakteristik Media Baru**

Menurut McQuail (2000) dalam Jurnal Sri Wahyuni (2018), karakteristik media baru sangat jelas terlihat dari penggunaannya, yang tentunya penggunaannya berbeda dengan media lama, yang dijelaskan sebagai berikut;

- 1) Tingkat interaktif yaitu tasio dan respons pengguna terhadap pengirim pesan menunjukkan seberapa interaktif pengguna media.
- 2) Tingkat sosialisasi yaitu pengguna media baru cenderung berinteraksi secara individual daripada berinteraksi secara langsung.
- 3) Tingkat kebebasan yaitu pengguna memiliki kebebasan dan kontrol atas bagaimana mereka menggunakan media mereka.
- 4) Tingkat kesenangan yaitu pengguna senang menggunakan media mereka sesuai keinginan mereka
- 5) Tingkat privasi yaitu keamanan privasi yang tinggi dan memiliki kontrol sendiri atas privasi yang disimpan pada media (Wahyuni, 2018).

## **2.2.4 Tinjauan Tentang Media Sosial**

### **2.2.4.1 Definisi Media Sosial**

Media sosial adalah sekumpulan *platform* daring yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi aktif, berbagi konten, dan berinteraksi satu sama lain. Hal ini merupakan hasil dari perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Fungsinya tidak hanya terbatas pada penyediaan informasi, tetapi juga memfasilitasi pertukaran informasi antara pengguna.

Menurut Feri Sulianta (2015:7) dalam Jurnal Elston James (2017), terdapat beberapa karakteristik utama media sosial, termasuk transparansi dalam penyebaran informasi, adanya interaksi dialog dan komunikasi yang beragam, pembentukan jejaring relasi yang semakin kompleks, keberagaman pendapat, variasi bentuk konten, serta kemampuannya sebagai alat promosi *online* yang mendukung visi dan misi organisasi. Feri Sulianta (2015:7) mengidentifikasi beberapa karakteristik media sosial, seperti transparansi dalam penyebaran informasi, interaksi dialog dan komunikasi yang beragam, pembentukan jejaring relasi yang semakin kompleks, pluralitas pendapat, beragamnya bentuk konten, dan kemampuannya sebagai alat promosi *online* yang dapat mendukung visi dan misi organisasi (James W, 2020).

Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan dalam konteks proses sosial. Menurut Durkhiem (dalam Fuchs, 2014) di Jurnal Hasan Rafie (2020), baik media maupun perangkat lunak adalah produk dari proses sosial karena keduanya merupakan alat komunikasi. Kaplan dan Haenlein mengartikan media sosial sebagai aplikasi internet yang dibangun berdasarkan ideologi dan teknologi web 2.0, memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan bertukar konten yang dibuat oleh pengguna lainnya. Ada enam jenis media sosial menurut Kaplan dan Haenlein, termasuk jejaring sosial dan blog. Jejaring sosial memungkinkan pengguna untuk menjalin hubungan sosial dan berinteraksi di dunia virtual, sementara blog memungkinkan pengguna untuk membagikan aktivitas sehari-hari dan informasi dengan pengguna lainnya (Rafie, 2020).

Media sosial berokus pada konstruksi pesan di *platform* tersebut. Misalnya, Russo, Watkins, Kelly, dan Chan (2008) dalam Jurnal Winarsih Irwansyah (2020)

mendefinisikan media sosial sebagai alat yang memfasilitasi komunikasi *online*, jaringan, dan/atau kolaborasi. Kaplan dan Haenlein (2010) memberikan definisi serupa, menggambarkan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran Konten Buatan Pengguna. Sementara itu, Lewis (2010) menganggap media sosial hanya sebagai label untuk teknologi digital yang memungkinkan orang untuk terhubung, berinteraksi, memproduksi, dan berbagi konten. Dari ketiga definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah kumpulan aplikasi yang memfasilitasi komunikasi *online*, memungkinkan orang untuk terhubung dan berbagi berbagai hal (Irwansyah, 2020).

#### **2.2.4.2 Karakteristik media Sosial**

Menurut Nasrullah (2015) dalam Winarsih Irwansyah (2020), media sosial memiliki enam karakteristik khusus, di antaranya adalah:

1. Fasilitas Penyimpanan: media sosial memungkinkan pengguna untuk menyimpan data mereka, termasuk informasi tertulis dan gambar.
2. Jaringan: media sosial berperan sebagai penghubung yang memfasilitasi pertukaran informasi antara pengguna.
3. Interaktivitas: media sosial memungkinkan interaksi antara pengguna satu sama lain.
4. Informasi: di samping interaksi, media sosial juga penting karena menyediakan informasi yang memicu interaksi antara pengguna, seperti konten, status, dan informasi lain yang dibagikan oleh pengguna (Irwansyah, 2020).

### 2.2.5 Tinjauan Tentang Instagram

Instagram adalah salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan di Indonesia, khususnya di Kabupaten Bandung. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh Instagram sehingga media ini digemari banyak orang. Berbagai fitur yang tersedia didalamnya menjadikan Instagram digemari dari perseorangan, instansi, hingga perusahaan dalam melakukan aktivitasnya.

Menurut Frommer (2010) dalam Winarsih Irwansyah (2020), Instagram adalah aplikasi berbagi foto ponsel, berbagi video, dan jejaring sosial (SNS) *online* yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar dan video, kemudian membagikannya di *platform* lain. Definisi lain menyebutkan bahwa Instagram adalah aplikasi berbagi foto seluler dan jejaring sosial yang populer dengan lebih dari 300 juta pengguna aktif saat ini. Instagram memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan mudah dengan *platform* jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Tumblr, dan Flickr untuk berbagi gambar, serta memungkinkan pengguna menerapkan *filter* pada gambar mereka (Irwansyah, 2020).

Dari kedua pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, serta terhubung dengan *platform* jejaring sosial lainnya secara otomatis. Instagram dilengkapi dengan berbagai fitur dan keunggulan yang memungkinkan pengguna untuk berkreasi. Fitur utama dalam aplikasi Instagram meliputi:

1. *Follow*: Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menjalin hubungan pertemanan dan berinteraksi dengan pengguna lainnya.

2. Kamera: Instagram digunakan sebagai media untuk mengunggah dan berbagi foto dan video, baik dari galeri ponsel pengguna maupun melalui pengambilan langsung menggunakan kamera Instagram.
  3. *Like* dan Komentar: Pengguna dapat memberikan tanda suka dan komentar pada unggahan pengguna lain, serta berkomunikasi dengan mereka.
  4. *Mentions*: Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memanggil pengguna lain dalam diskusi atau percakapan di suatu unggahan.
  5. *Direct Message*: Instagram menawarkan fitur pesan langsung yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara pribadi dan berbagi unggahan.
  6. *Hashtag*: Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengkategorikan unggahan mereka dan memudahkan pencarian berdasarkan topik tertentu.
- Semua fitur tersebut dirancang untuk meningkatkan interaksi antar pengguna dan memberikan pengalaman bagi masyarakat dalam menggunakan Instagram.

## **2.2.6 Tinjauan Tentang Pemenuhan Informasi**

### **2.2.6.1 Definisi Pemenuhan Informasi**

Informasi adalah suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Kehadirannya memungkinkan masyarakat untuk mengetahui tentang berbagai kejadian dan fenomena yang terjadi di sekitarnya. Secara etimologis, kata "informasi" berasal dari bahasa Latin "*informare*" yang berarti "membentuk melalui pendidikan". dalam Ensiklopedia Nasional Indonesia (2004) di Jurnal Pramestiana

Pertiwi (2015), informasi didefinisikan sebagai pesan atau keterangan yang dapat berupa suara, isyarat, atau cahaya, yang diterima oleh sasaran, baik itu manusia maupun mesin. Ini berarti bahwa informasi dapat hadir dalam berbagai bentuk, dan dapat disampaikan dari pengirim pesan kepada penerima pesan. Penerima pesan tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga dapat berupa sistem, seperti telepon seluler, komputer, dan sebagainya (Pertiwi, 2015).

Menurut Sutabri (2005) dalam Jurnal Pramestiana Pertiwi (2015), informasi adalah data yang telah mengalami proses sehingga membentuk suatu bentuk yang memiliki makna bagi penerimanya, serta memiliki nilai yang nyata dan berdampak pada keputusan saat ini maupun keputusan di masa mendatang. Penggunaan istilah "informasi" secara umum dianggap tidak tepat, karena dapat mencakup berbagai jenis data, baik data mentah maupun data yang telah diolah, serta dapat merujuk pada kapasitas saluran komunikasi dan sebagainya. Definisi ini menekankan pada pentingnya data sebagai sumber informasi dan tujuan dari pengolahan data tersebut, yaitu untuk mendukung pengambilan keputusan (Pertiwi, 2015).

Menurut Rohde di Jurnal Pramestiana Pertiwi (2015), diterangkan dalam Suwanto (1997), informasi dalam perspektif pengguna didefinisikan sebagai data yang nyata atau pendapat, serta objek fisik seperti buku, majalah, atau saluran informasi, yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Menurut Saracevic dalam Pendit (2003), informasi dapat diklasifikasikan dalam tiga pengertian:

- 1) Secara sempit, informasi merupakan serangkaian sinyal atau pesan yang penting dalam proses pengambilan keputusan.

- 2) Informasi dalam arti luas terkait dengan proses kognitif dan kemampuan memahami pada manusia.
- 3) Dalam pengertian yang lebih luas, informasi tidak hanya terbatas pada pesan atau proses, tetapi juga mencakup konteks sosialnya, seperti situasi dan tugas yang sedang dikaji (Pertiwi, 2015).

Dari beberapa definisi yang telah disajikan, peneliti menyimpulkan bahwa informasi merujuk pada data yang telah mengalami proses menjadi suatu bentuk, entah itu pesan, keterangan, atau objek fisik yang dikirim oleh pengirim kepada penerima. Informasi ini memiliki nilai dalam penyusunan keterangan, pembuatan kesimpulan, serta menjadi dasar bagi pengambilan keputusan, baik saat ini maupun di masa depan. Maka dari itu, pemenuhan informasi menjadi sebuah hal yang penting bagi sebuah akun media sosial untuk melakukan penyampaian informasi, untuk menjadikan pengikutnya merasakan informasi merasa terpenuhi.

#### **2.2.6.2 Definisi Kebutuhan Informasi**

Kebutuhan adalah keinginan, hajat, atau kepentingan terhadap sesuatu yang diperlukan. Sementara itu, informasi merupakan kumpulan fakta yang telah diproses menjadi bentuk data, sehingga menjadi lebih bermanfaat dan dapat digunakan oleh siapa pun yang memerlukan untuk pengetahuan atau dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, kebutuhan informasi adalah keinginan untuk memperoleh pemahaman yang bermanfaat bagi masyarakat.

Kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang merasa perlu untuk menjalankan tugas dengan efektif, memecahkan masalah dengan memuaskan, atau melaksanakan hobi atau keinginan dengan menyenangkan. Kebutuhan informasi

muncul ketika individu menyadari bahwa mereka tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk mencapai tujuan, menjawab pertanyaan, dan sebagainya.

Di masa saat ini, perubahan dapat terjadi dengan sangat cepat. Informasi menjadi sangat penting untuk memahami peristiwa di sekitar kita dan memperluas pengetahuan. Tanpa akses kepada informasi yang sesuai dengan kebutuhan individu, pengambilan keputusan yang tepat akan sulit dilakukan. Televisi merupakan salah satu alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, sejalan dengan tujuannya untuk memberikan informasi dan hiburan.

Kebutuhan akan informasi timbul ketika ada ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam diri manusia antara pengetahuan yang dimiliki dan yang dibutuhkan. Oleh karena itu, individu akan mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Beberapa faktor yang memengaruhi kebutuhan informasi meliputi ketersediaan informasi yang tersedia, penggunaan informasi yang akan digunakan, latar belakang, motivasi, orientasi profesional, dan karakteristik individu, serta faktor-faktor sosial, ekonomi, dan politik dalam lingkungan individu, dan konsekuensi dari penggunaan informasi tersebut.

Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam jurnal Christina Vicky Priest (2017), kebutuhan adalah kondisi internal yang memerlukan pemenuhan, dan juga merupakan tenaga dasar yang memotivasi perilaku manusia. Dengan demikian, kebutuhan mendorong individu untuk bertindak, baik untuk memenuhi kebutuhan biologis seperti makan dan minum, maupun kebutuhan psikologis seperti rasa ingin tahu, kebutuhan akan kasih sayang, dan keinginan untuk merasa dihargai.

Informasi saat ini sudah menjadi kebutuhan, masyarakat memiliki kebutuhan informasi yang berbeda dalam kehidupannya, yang mana "sesuatu" tersebut harus bermanfaat dan memenuhi kebutuhan individu tersebut. Teori Hierarki Kebutuhan Maslow merumuskan lima tingkatan kebutuhan manusia, yaitu: 1) kebutuhan fisik, 2) kebutuhan akan keamanan, 3) kebutuhan sosial atau memiliki hubungan yang baik, 4) kebutuhan akan harga diri, dan 5) kebutuhan aktualisasi diri (Priest, 2017).

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @infokabupatenbandung dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Pengikutnya. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, Chris Heurer yang dikutip Brian Solis (2010) dalam Buku Engage, (2010:263).

Chris Heurer menyatakan, menurut Chris Heurer Pada pengoperasian media sosial terdapat 4C yang menjadi indikator sosial media marketing, dijabarkan dalam 4 tahapan, yaitu: *Contexts*, *Communications*, *Collaborations* dan *Connections*.

Subfokus penelitian ini menggunakan Konsep 4C, yang diambil dari buku Engage (2010:263) yang terdiri dari **Konteks (Context)**, **Komunikasi (Communication)**, **Kolaborasi (Collaboration)**, dan **Koneksi (Connection)** sebagai subfokus penelitian untuk mengukur permasalahan yang akan diteliti.

1. **Konteks:** Konteks adalah tata bahasa, wujud, atau susunan yang digunakan orang untuk menyampaikan pesan kepada khayalak dengan adanya ketentuan tertentu. Sebuah kata memiliki konteks, yang berarti bahwa

maksudnya juga berubah jika konteksnya berubah. Konsep pragmatik mengacu pada interaksi antara pembicara dan pendengar. dalam ilmu ini, perspektif adalah kunci. Orang dapat membedakan ucapan berdasarkan disiplin atau konteks tertentu. Mitra tutur, penutur, waktu dan tempat bertutur, topik tuturan, saluran atau media, dialek atau gaya, pesan atau amanat, dan kejadian atau peristiwa adalah delapan komponen yang membentuk karakteristik konteks. Termasuk bagaimana Akun Media Sosial Instagram @infokabupatenbandung dalam menyampaikan informasi.

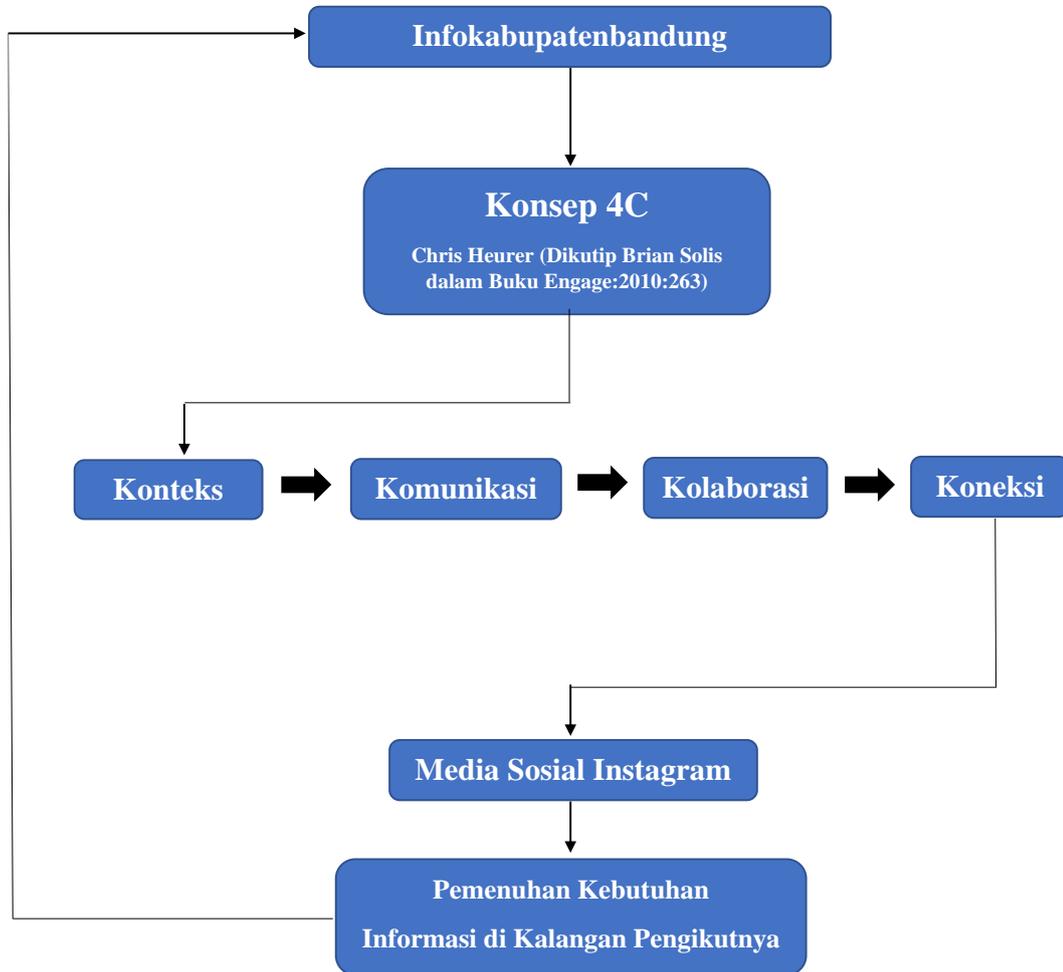
2. **Komunikasi:** Komunikasi adalah penyampaian pesan dari pengirim pesan ke penerima pesan dengan tujuan menginformasikan, mengubah sikap, pendapat, dan tingkah laku. Baik secara tidak langsung maupun langsung untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan keinginan pengirim pesan. Ini memenuhi lima elemen utama, yaitu siapa yang mengirim pesan, apa isi pesannya, siapa yang menerima pesannya, dan dengan efek apa. Komunikasi dalam sosial media adalah cara untuk menyampaikan pesan tanpa batasan waktu atau jarak. Tujuan ini sebagai hasil yang ingin dicapai oleh Akun Media Sosial Instagram @infokabupatenbandung setelah melakukan kegiatan komunikasi kepada kalangan pengikutnya.
3. **Kolaborasi:** Kolaborasi adalah ketika dua orang atau lebih bekerja sama untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman untuk mencapai tujuan bersama. Nilai-nilai yang mendasari kolaborasi termasuk memiliki tujuan yang sama, keinginan untuk mewujudkannya, dan kesamaan persepsi. Hal

tersebut adalah mengulas apakah kolaborasi (*collaboration*) yang dilakukan oleh akun Instagram @infokabupatenbandung kepada kalangan masyarakatnya.

4. **Koneksi:** Hubungan yang terangkai dan berkembang antara orang yang menerima pesan dan orang yang mengirimkannya disebut konektivitas. untuk berkomunikasi antara Akun Media Sosial Instagram @infokabupatenbandung dengan pengikutnya.

Berdasarkan faktor tersebut peneliti menarik kesimpulan dengan mengambil sub fokus dan akan meneliti lebih dalam mengenai 4 poin berikut: **Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, dan Koneksi.** Gambaran kerangka pemikiran yang diuraikan oleh peneliti melalui sebuah alur pikir.

**Gambar 2.1**  
**Alur Kerangka Pemikiran**



*(Sumber: Peneliti, 2024)*