

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Penyusunan kajian pustaka berjud pada pengumpulan data atau informasi berupa teori, metode atau pendekatan yang pernah berkembang dan sudah didokumentasikan kedalam bentuk journal, buku, naskah, catatan dan lain sebagainya (Karim, 2021). Adapun pennenelitian terdahulu yang diambil adalah jurnal-jurnal yang berjenis jurnal ilmiah jurnal komunikasi dan Jurnal ilmu jurnalistik. Kajian pustaka dibutuhkan sebagai acuan serta referensi bagi peneliti dalam penelitian yang berjudul “Pemanfaatan Instagram @Infogarut sebagai media sosial berkonten portal berita online”.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian terdahulu

2.1.1.1 Penelitian Dalam Perspektif 1

Reni Nuraeni dan Muhammad Syahriar Sugandi (2017)

Peran Media Sosial Dalam Tugas Jurnalistik

Kehadiran Media sosial merupakan sebagai perkembangan teknologi sebagai media baru media social ke dalam semua bidang utnuk dimanfaatkan, bahkan bidang jurnalistik. Media sosial menjadi sebagai ide atau topik awal dalam pencarian berita. Penelitian ini menelaah tentang peran media sosial dalam tugas jurnalis dengan meneliti pemanfaatan media sosial dalam tugas jurnalistik dan bentuk tanggung jawab jurnalis pada pemberitaan yang bersumber dari media sosial dengan studi kasus tugas jurnalistik jurnalis media cetak dan online di Kota Bandung. Teori yang digunakan adalah teori *Social Construction of Technology*

dan menganalisis berdasarkan pada sudut pandang penerapan Kode Etik Jurnalistik (KEJ). Kesimpulan yang didapatkan dari sang peneliti adalah jurnalis di Kota Bandung memanfaatkan kehadiran media sosial sebagai data awal dalam pencarian informasi untuk digunakan uji kebenaran dan keabsahan informasi yang didapatkan dilakukan check dan recheck ke lapangan dengan melakukan wawancara dengan narasumber sebagai sumber informasi dan langsung terjun ke Tempat Kejadian Perkara (TKP). Perbedaan pada penelitian ini terletak pada konteks yang diteliti yakni membahas peran media sosial di kota Bandung sedangkan persamaannya sama-sama focus kepada penerapan aktivitas jurnalistik dalam media sosial.

2.1.1.2 Penelitian Dalam Perspektif 2

Ilham Nurkamal, Darajat Wibawa, Enjang Muhaemin (2018)

Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Penyebaran Berita

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui peran Instagram sebagai penyebaran berita di media massa khususnya pikiran rakyat sebagai media online. Karena di zaman sekarang keberadaan internet yang maju akan membawa pengaruh terhadap cara berkomunikasi seseorang, tak terkecuali dalam memperoleh dan menyebarkan berita. Salah satu media online yang dipakai adalah media sosial Instagram. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini, dimana peneliti mendeskripsikan kejadian atau gejala yang terjadi sebenarnya diwaktu sekarang dengan dilakukannya analisis data hasil wawancara yang dilakukan secara daring dengan tiga narasumber, yakni reporter Pikiran Rakyat Online, admin media sosial sosial Pikiran Rakyat Online dan

editor Pikiran Rakyat Online selain itu dengan metode penelitian deskriptif peneliti juga bisa menggambarkan gejala dan fenomena sosial yang sedang diteliti di lapangan. Menggunakan teori Sosial *Construction of Technology* (SCoT), yaitu Teori tersebut berpendapat bahwa teknologi tidak mendeterminasi atau menentukan tindakan individu tetapi sebaliknya, teknologi terbentuk untuk mengikuti kebutuhan manusia. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik berita di Instagram pikiran rakyat yang disebarluaskan setiap informasinya harus dipastikan terlebih dahulu kebenarannya. Sedangkan standar kelayakan berita yang disebarluaskan di Instagram Pikiran Rakyat harus aktual, penting, menarik, faktual serta memiliki dampak terhadap masyarakat. Alasan Instagram dimanfaatkan dalam penyebaran berita adalah sebagai sarana branding/meningkatkan pasar agar dapat beralih ke media online yang berkepentingan. Perbedaan pada penelitian ini adalah berpusat pada objek penelitian yang dibahas dimana penelitian ini menggunakan Pikiran Rakyat Online sebagai objek penelitan. Sedangkan persamaannya adalah tentang bagaimana peneliti ingin mengetahui bagaimana sebuah media online memanfaatkan kehadiran media sosial Instagram.

2.1.1.3 Penelitian Dalam Perspektif 3

Woro Harkandi Kencana, Ilona V. Oisina Situmeang, Meisyanti, Khina Januar Rahmawati, dan Herlin Nugroho (2020) Penggunaan Media Sosial Dalam Portal Berita Online

Media sosial saat ini sudah memasuki segala bidang termasuk jurnalistik, portal berita online yang menyediakan berita tidak hanya dengan website maupun

aplikasi juga menggunakan platform media sosial. Media sosial tersebut seperti Facebook, Twitter, Youtube, dan Tiktok. Penelitian ini hendak mengetahui kehadiran sosial media kepada portal berita online. Objek penelitian ini yaitu : liputan6.com, Medcom.id dan iNews.id. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dengan redaksional portal berita serta melakukan observasi pada akun media sosial ketiga portal tersebut. Dalam penelitian ini memberikan hasil bahwa media sosial merupakan media kedua untuk mendistribusikan berita kepada audien atau pembaca, dimana masyarakat memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi bahkan akun liputan6.com yang ada di facebook mencapai angka 8,3 Miliar followers, twitter 4 Miliar followers dan tik tok 2,3 follower.

Hasil wawancara dengan ketiga redaksi portal berita, media sosial bukan hanya sarana pencari informasi tetapi sebagai tempat berekspresi dari menuangkan ide sampai kritikan pada isu saat ini. Sedangkan portal berita online sebagai sebuah industri media, menjadikan media sosial sebagai wujud interaktif pemasaran juga mendapatkan tambahan pemasukan finansial bagi institusi itu sendiri. Perbedaan dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana peneliti ingin mengetahui bagaimana eksistensi media sosial dalam bidang jurnalistik terutama dalam media sosial. Sedangkan kesamaannya adalah tentang bagaimana media sosial bisa dijadikan sebuah portal berita online.

Tabel 2. 1
Matriks Penelitian Terdahulu

No	Item	Penelitian
1	Nama, Judul, Tahun, Lembaga, Kota	Reni Nuraeni dan Muhammad Syahriar Sugandi, Tentang : Peran Media Sosial Dalam Tugas Jurnalistik, (2017), Univeristas Telkom Ilmu Komunikasi dan Busnis, Bandung
2	Tujuan Penelitian	kedudukan media sosial dari kewajiban jurnalis bersama penelitian pemanfaatan media sosial dari fardu jurnalistik dan wujud tanggung jawab jurnalis kepada pemberitaan berasal media social
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori	Social Construction of Technology

5	Hasil	Jurnalistik Kota Bandung memanfaatkan media sosial untuk data sedang pencaharian informasi dan mengetes kebenaran serta ke-sah-an yang iperoleh maka dilangsungkan juga cek dan cek ulang keTKP dengan melakukan wawancara dengan narasumber sebagai sumber informasi dan terjun langsung ke lokasi/TKP
6	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Perbedaan penelitian terletak di konteks yang diteliti yaitu membahas peran media sosial di kota bandung sedangkan persamaannya sama-sama focus kepada penerapan aktivitas jurnalistik dalam media sosial.
7	Kritik	Tidak dijelaskan setiap peran masing-masing media sosial yang ada sehingga tidak bisa menjadi petunjuk bagi lembaga/perusahaan jurnalistik yang belum menggunakan media sosial. Namun, jurnal ini bisa menjadi pembuktian bahwa media sosial memeiliki peran dalam bidang jurnalistik.

Tabel 2. 2
Matriks Penelitian terdahulu

No	Item	Penelitian
1	Nama, Judul, Tahun, Lembaga, Kota	Ilham Nurkamal, Darajat Wibawa, Enjang Muhaemin Tentang : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Penyebaran Berita, (2018), UIN Sunan Gunung Djati, Bandung
2	Tujuan Penelitian	mengulik peran Instragram dari penyebaran berita di media massa khususnya media online pikiran rakyat.
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori	<i>Sosial Contruction Of Technology (SCoT)</i>
5	Hasil	karakteristik berita yang disebarluaskan di Instagram Pikiran Rakyat informasinya harus dipastikan dahulu kebenarannya. untuk standar kecocokan berita yang dipublish di Instagram Pikiran Rakyat patut factual, actual, penting dan menarik serta memiliki

		dampak kepada masyarakat
6	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Perbedaan pada penelitian ini adalah berpusat pada objek penelitian yang dibahas dimana penelitian ini menggunakan Pikiran Rakyat Online sebagai objek penelitian serta teori yang digunakan. Sedangkan persamaannya adalah tentang bagaimana peneliti ingin mengetahui bagaimana sebuah media online memanfaatkan kehadiran media sosial seperti Instagram.
7	Kritik	Jurnal ini menjelaskan bagaimana peran dan penggunaan media sosial dengan cukup baik

Tabel 2. 3
Matriks Penelitian Terdahulu

No	Item	Penelitian
1	Nama, Judul, Tahun, Lembaga, Kota	Woro Harkandi Kencana, Ilona V. Oisina Situmeang, Meisyanti, Khina Januar Rahmawati, dan Herlin Nugroho Penggunaan Media Sosial Dalam Portal Berita Online, (2020), Universitas Persada Indonesia, Jakarta
2	Tujuan Penelitian	ingin mengulik hadirnya sosial media dalam portal berita online
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori	-

5	Hasil	<ul style="list-style-type: none"> • media sosial merupakan media kedua sebagai distribusi berita ke audience atau pembaca, dimana rakyat mempunyai ketertarikan tidak rendah memakai media sosial sebagai pemeroleh erita • media sosial bukan uman sarana pencaharian informasi tetapi wadah beradagium dalam menumpahkan ide dan kritikan akan problematika yang tengah tumbuh.
6	Perbedaan dan Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan	Perbedaan dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana peneliti ingin mengetahui bagaimana eksistensi media sosial dalam bidang jurnalsitik terutama dalam media sosial. Sedangkan kesamaannya adalah tentang bagaimana media sosial bisa dijadikan sebuah portal berita online.
7	Kritik	Penelitian ini memberikan penggambaran lebih baik tentang bagaimana sebuah media sosial bekerja dan melampui ekspektasi pembaca.

2.2.Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Teoritis

2.2.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Dalam bahasa inggris komunikasi bisa dikatakan dengan *communication* dan dalam istilah latin *communis* artinya sama, atau bisa juga disebut dengan *communico, communication, communicare* diartikan membuat sama. Istilah dalam bahasa latin ajek dianggap cikal bakal istilah komunikasi dikarenakan akar dari kata- lainnya yang mirip (Mulyana, 2013). Kata lainnya yang juga serupa dengan Komunikasi seperti *community* (komunitas) menekankan kebersamaan/kesamaan. Dalam definisinya *community* diartikan sekelompok orang yang bergerombol sampai kepada tujuan tertentu, berbagi makna dan sikap.

Meskipun memiliki banyak definisi, komunikasi dalam definisinya tidak memiliki definisi tepat atau kurang tepat. Seperti halnya dengan model ataupun teori, pengertian harus diamati dalam kemanfaatannya agar menjelaskan situasi/keadaan/pristiwa yang didefinisikan dan mengevaluasikannya. Beberapa definisi komunikasi bisa saja terlalu sempit atau terlalu luas, seperti contohnya “ komunikasi merupakan mengutarakan pesan lewat elektronik atau komunikasi merupakan interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih” (Mulyana, 2013).

2.2.1.1.1 Elemen Komunikasi

Semua kejadian komunikasi dari tingkat apapun, baik itu antarpribadi bahkan komunikasi massa, melibatkan elemen komunikasi. Setidaknya ada 8 (delapan) elemen komunikasi yang terlibat saat terjadinya peristiwa komunikasi

yang meliputi sumber, encoding, pesan, saluran, decoding, penenerima, umpan balik, dan gangguan (Morrison, 2013).

1. Sumber (komunikator).

Sumber atau komunikator mampu menjadi sebuah individu/kelompok /organisasi. Komunikator bisa saja tahu atau enggak tahu bagian mana yang mau memperoleh *Message* (Pesan). Menurut Hovland (1953), sifat sumber berperan untuk memberikan pengaruh kepada sisi penerima pesan tetapi mempunyai bilyet minimal dalam jangka tidak panjang (Morrison, 2013).

2. Enkoding.

Encoding adalah kesibukan yang dilangsungkan oleh sumber untuk menerjemahkan pikiran serta idenya membentuk sebuah bentuk bisa diterima oleh indra pihak pertama (Morrison, 2013). Dari proses komunikasi, enkoding bisa terjadi dalam sekali atau berulang kali. Contohnya percakapan tatap muka, komunikator atau pembicara tentang pikiran/idenya kedalam kata (satu kali) dan dialog telepon proses encoding dapat setidaknya dua kali.

3. Pesan.

Dominick memberikan pengertian pesan sebagai sebuah “penerapan fisik actual yang telah di encoding dari asal informasi (Morrison, 2013). Selayaknya seorang anggota keluarga yang ingin mengabari anggota keluarga lainnya, ia akan menuliskannya ke dalam sebuah kertas dan itu disebut pesan. Saat seseorang menonton televisi maka program yang sedang ditonton dan didengarnya adalah *message*.

Penerima pesan memiliki kendali atas berbagai wujud pesan yang diterimanya. Ada yang hubaya-hubaya diterima ataupun sukar diterima, dari hal tersebut si penerima pesan mempunyai kendali yang tidak kecil kepada pesan yang diterimanya juga pesan tidak hubaya-hubaya dikontrol atau dihentikan.

4. Saluran.

Saluran ialah jalan yang dilewati oleh pesan agar bertemu kepada penerima. Sebagai contoh gelombang radio yang berperan sebagai saluran agar kata-kata atau pesan yang disampaikan penyiar bisa sampai kepada pendengar atau saat kita menghirup aroma makanan maka awing-awang berperan sebagai jalur hidung si penerima. Contoh lainnya saat orang buta kehilangan tongkatnya, maka ia akan menggunakan sentuhan tangan dan pendengarannya sebagai saluran penerima informasi agar bisa berjalan dengan baik.

5. Dekoding.

Kegiatan penerimaan pesan dimulainya proses decoding dimana antonim dengan proses encoding. Decoding merupakan aktivitas untuk mengartikan pesan ke bentuk wujud sebuah bentuk yang memiliki arti bagi penerima (Morrison, 2013). Sebagai contoh adalah ketika seseorang membaca rangkaian kalimat pada sebuah buku maka ia melakukan decoding pada buku yang ia baca.

6. Penerima (Komunikas).

Bisa disebut dengan penerima, receiver atau bisa juga audien yang berperan sebagai sarana atau target pesan. Penerima bisa seorang individu, kelompok ataupun organisasi atau bahkan sekumpulan orang tidak saling kenal satu dengan lainnya. Seorang penerima pesan dapat diputuskan oleh sumber dapat

putuskan oleh sumber, seperti komunikasi melalui telepon atau berbicara secara langsung. Namun, terkadang pemeroleh pesan tidak bisa diputuskan oleh sumber misalnya dalam program televisi atau radio.

7. Umpan balik.

Merupakan respon dari komunikan (penerima pesan) menjelma dan merubah pesan yang disampaikan dari komunikator (sumber). Umpan balik membentuk kawasan berputarnya petunjuk dalam ombak komunikasi, dimana individu yang berperan sebagai komunikator pertama bisa menjadi komunikan dan penerima bisa menjadi sumber baru. Ada dua jenis umpan balik yakni positif dimana obrolan dari penerima bakal mendorong sangat panjang proses komunikasi dan negatifakan merubah proses komunikasi atau bahkan mensudahi komunikasi itu sendiri.

8. Gangguan.

Gangguan (*noise*) bisa berarti apabila segala hal yang mengintervensikan proses pemindahan *massage* (pesan). Gangguan yang tidak besar dapat saja diabaikan oleh komunikan dan komunikator tetapi, gangguan yang besar mengganggu sampainya pesan untuk kepada tujuannya (Morrison, 2013). Ada tiga jenis gangguan yakni gangguan semantic, gangguan mekanik, dan gangguan lingkungan.

Gangguan semantik bisa didapatkan jikalau individu memiliki terjemahan yang berbeda dari kata-kata, ungkapan atau kalimat yang sama. Seperti contohnya seorang bintang iklan yang mengatakan “susu ini bagus untuk tulang”

yang artinya memang bagus untuk tulang manusia. Namun, berbeda saat orang batak mendengarnya karna kata “tulang” diartikan sebagai “paman”.

Gangguan mekanik jikalau ada problem dengan alat yang digunakan, seperti contohnya computer yang mati saat sedang mengerjakan tugas atau bolpoin yang tintanya habis dan televise yang tidak menampilkan gambar dengan baik karena antenanya patah.

Gangguan lingkungan jikalau berasal dariluar elemen-elemen komunikasi yang telah dinyatakan yang berada diluar kendali komunikator dan komunikan. Sebagai contoh saat individu mencoba untuk berbicara dengan seseorang yang sedang memainkan instrument music atau berada di lintasan balapan motorcross. Semakin tidak kecil yang ada penyampaian informasi pun semakin tidak jelas. Salah satu solusi untuk mengatasi gangguan adalah dengan umpan balik, semakin bergas umpan balik diterima semakin tidak lambat pula gangguan dapat diatasi.

2.2.1.1.2 Tingkatan Komunikasi

Dalam perkembangan ilmu komunikasi, ahli telah menciptakan tak terhitung teori komunikasi. Diantara -teorinya tidak memiliki kesamaan dalam mengurai teori komunikasi. Teori tersebut berbeda karena memiliki pandangan dalam memandang komunikasi yang berbeda berdasarkan dari apa yang menjadi focus para ahli. Salah satunya berdasarkan tingkatan atau konteks komunikasi yang secara teoritis dpat dibagi kedalam berbagai cara. Seperti contoh membaginya kedalam ilmu yang ditekuni bagaikan komunikasi politik, kesehatan, bisnis ataupun komunikasi instruktorsional. Peng-kategorian paling umum dari

mengklasifikasikan teori komunikasi merupakan memakai tingkatan mulai dalam komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Selain memiliki klasifikasi nya sendiri, teori komunikasi saling terlibat satu sama lain (Morrison, 2013).

Komunikasi Interpersonal dan komunikasi kelompok memiliki keterkaitan dengan komunikasi sesama individu (umumnya dilakukan secara langsung atau tatap muka). Komunikasi Kelompok berkaitan dengan interaksi sesama individu secara berkelompok (kelompok kecil atau besar). Karena komunikasi interpersonal yang berlaku juga di komunikasi kelompok menyebabkan kedua komunikasi ini saling terlibat satu sama lain.

Komunikasi organisasi terjadi menurut hubungan kerjasama besar meliputi keseluruhan bagian baik itu komunikasi interpersonal maupun komunikasi kelompok. Komunikasi kelompok yang berperan membahas struktur organisasi dan fungsinya, hubungan antar rekan sekelompok, proses organisasi, dan budaya organisasi. Sehingga komunikasi massa berhubungan dengan komunikasi public, umumnya melalui perantara. Komunikasi massa ini memiliki keterlibatan dengan komunikasi lainnya.

Pada dasarnya, kegunaan dari tingkatan teori komunikasi ini untuk mengelompokkan teori komunikasi kedalam tingkatan tertentu sehingga memberikan kenyamanan kepada para pembacanya agar bisa lebih mengerti dengan bidang komunikasi yang sedang dipelajari.

2.2.1.2 Tinjauan Jurnalistik

Dunia Jurnalistik sudah lama dikenal oleh masyarakat luas selama berabad-abad lamanya. Kegiatan yang awalnya dimaksudkan selalu ada di antara masyarakat, berjalan bersamaan dengan kegiatan hidupnya yang dinamis terutama diantara masyarakat modern sekarang. Dizaman dulu masyarakat Yunani menggunakan obor sebagai pertanda agar rekannya yang berada ditempat yang jauh dapat melihatnya. Masyarakat Indian memakai asap sebagai informasi kepada rekan maupun sekutu yang jauh dari mereka. Adapun masyarakat yang menggunakan sepotong batang kayu supaya berbunyi jika dipukul dan bunyinya bisa terdengar kejauhan seperti suku ashanti di Ghana.

Dalam segi etimologi, kata jurnalistik sendiri berasal dari dua suku kata *jurnal* serta *istik* dan dalam bahasa Prancis, *journal* bisa diartikan sebagai catatan harian. Bahasa latin *diurnal* yang memiliki terjemahan hari ini. Dizaman Romawi Kuna istilah jurnalistik diketahui nama *acta diurnal* memiliki makna gerakan, kegiatan, dan kejadian hari ini (rangkaiannya). Sedangkan *istik* mengarah kepada istilah *estetika* artinya ilmu pengetahuan tentang keindahan (maksud keindahan disini merupakan menciptakan segala produk seni rupa dan keterampilan dari bahan- yang diperlukannya). Dengan begitu secara etimologis jurnalistik bisa dikatakan dengan sebuah karya seni dari membuat hal seperti tulisan atau catatan tertentu dari peristiwa, dimana mempunyai keindahan yang dapat dinikmati dan dimanfaatkan sehingga menarik perhatian khalayak. (Suhandang, 2010)

Seperti benda ajaib dengan muatan segala ada yang sudah mengungkap pandangan Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, membolehkan bahwa media

online merupakan teknologi *software* berdasar internet diciptaakn ideology dan teknologi 2.0 termasuk pembuatan dan pergantian *generated content*. Adapaun efinisi dari media online adalah media yang berdasarkan telekomunikasi dan multimedia secara wujud disaranai oleh computer dan online. Kategori yang masuk kedalam media online seperti, portal, *website*, media sosial (instagram), radio online, TV online/parabola, dan *e-mail* (Muhtadi, 2016).

keberadaan media online di jaman modern sudah menaikan jumlah jenis media sebagai media yang membantu para pembacanya. Salah satu produk teknologi informasi akan merambah dunia baru melewati jaringan internet. Akses yang cepat, mudah dan murah seolah membuat masyarakat untuk memakai kepada alat/tempat tersebut. Ambilah contoh seorah mahasiswa yang di pagi hari segera membuka laptopnya, menghubungkannya dengan jaringan internet melalui *wifi* yang tersedia dirumahnya untuk mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi kemarin atau saat dia sedang tidur secara instan. Contoh tersebut tentu menunjukkan kemudahan akses internet secara instan dibandingkan harus menunggu halaman rumah selama beberapa jam hanya untuk menunggu Koran, sedangkan masih ada kegiatan lain yang ahrus dikerjakan.

Tidak pernah ada yang membayangkan sepuluh tahun yang lalu tentang kehadiran media online yang perkembangannya sangat cepat bersamaan perkembangannya didunia maya serta difasilitasi jaringan internet. Pembaca umumnya mendapatkan informasi lewat media cetak seperti Koran dan majalah sekarang bisa lewat cara mudah dan murah mendapatkan informasi lewat jaringan informasi tanpa pembatas apapun yang berbarti. Bukan hanya informasi yang

telah terjadi kemarin tetapi juga informasi yang sedang tersaji secara langsung/*live*.

Kebebasan media online tidak serta merta membuat informasi bisa dibagikan begitu saja. Semua orang dapat menulis dan membagikan informasi yang didapatkan, akan melainkan tidak tidaklah berdasarkan subjektivitas itu sendiri atau lewat kehendak sendiri. harus berada kepada kode etik yang sudah disepakati. Menurut Romli ada etika versi online journalism review atau OJR yang mengatakan, haramnya plagiarisme, harus menyingkap apaapun sesuai adanya, tidak diharuskan menerima hadiah atau suap dalam peliputan, dantingnya check and recheck untuk mengungkap kebenaran sebelum dipublikasikan, dan kejujuran (Nasrullah, 2015).

Hal-hal yang juga harus diperhatikan dalam karya di media online seperti media sosial, memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi dari segi psikologis. Misalnya bahasa yang digunakan tidak bisa mewakili perasaan dan pikiran para penulisnya. Tidak jarang berujung pada ketegangan atau konflik yang disebabkan informasi yang ditulis, lalu dibaca dalam suasana antara penulis dan pembaca. Oleh karena itu merumuskan pesan dengan hati-hati dan menggunakan bahasa yang tepat dan jelas sangat diperlukan.

2.2.1.3 Social Construction of Technology (SCoT)

Social Construction of Technology atau lebih dikenal dengan SCoT adalah Teori atau konsep yang berawal dari penjelasan Trevor Pinch dan Wiebe Bijker adalah sebuah bagian penting dari kajian ilmu pengetahuan dan teknologi yang berusaha melakukan analisis teknologi sebagai hasil bentukan social. SCoT lebih

menekankan kepada pengaruh masyarakat terhadap teknologi daripada sebaliknya sehingga akan lebih memahami hubungan yang kompleks antara masyarakat dan teknologi. Konsep lain dari SCoT adalah menyatakan bahwa design teknologi merupakan suatu proses terbuka dimana kondisi sosial selama tahap pengembangan memiliki peran dalam menentukan desain akhir. Kondisi sosial yang berbeda-beda selama proses pengembangan desain berpeluang menghasilkan desain akhir yang berbeda-beda pula.

Perkembangan teknologi merupakan sebuah alternative dari sebuah variasi lain yang memiliki hasil dengan model multi-arahan yang berbeda dengan model linier yang biasa diasumsikan pada teori-teori yang berbicara tentang inovasi teknologi. Hal tersebut menjadi sebuah landasan teoritis bagaimana sebuah teknologi ada di tengah-tengah masyarakat dengan melibatkan proses interpretasi pada penggunaannya masing-masing (Sirojjudin & Irwansyah, 2020). Asumsi yang telah menjadi landasan teori tersebut akhirnya menjadi landasan bagaimana sebuah teknologi media social Instagram dimanfaatkan sebagai sebuah teknologi informasi yang ada di tengah-tengah masyarakat.

Teori social construction of technology berasumsi bahwa perkembangan teknologi tidak menentukan perilaku manusia tetapi perkembangan teknologi menyesuaikan kebutuhan manusia (Nurkamal, 2018). Artinya teknologi tidak diciptakan untuk menentukan atau mengharuskan penggunaannya untuk memakai teknologi tersebut tetapi kehadiran teknologi ada untuk memudahkan pengguna melakukannya. Sebagai contoh, media sosial Instagram tidak di buat untuk mempublikasikan berita atau informasi tetapi dibuat untuk mempublikasikan

foto/video dengan caption atau keterangan sebagai penambah fiturnya, namun dengan seiring berjalannya waktu akan kebutuhan informasi dan ramainya pengguna Instagram menjadikan Instagram sebagai tempat untuk mengakses berita ataupun informasi oleh para penggunanya.

2.2.2 Kerangka Konseptual

2.2.2.1 Pemanfaatan

Kata Pemanfaatan berpokok pada kata “manfaat” diklasifikasikan kedalam kelas nomina atau kata benda. Kata Pemanfaatan sendiri berarti proses, cara, atau perbuatan, bisa digunakan untuk menyatakan nama dari seseorang, benda, tempat, atau semua yang dibendakan (lektur, 2022). Menurut Davis kemanfaatan merupakan sejauh apa individu dapat mempercayai bahwa memakai menggunakan sebuah teknologi dapat mengembangkan kinerjanya (Hanafi, 2012).

2.2.2.2 Media Sosial

Media Sosial sendiri berasal kedalam 2 kata (Media-Sosial) yang dalam sederhana dideskripsikan seumpama alat komunikasi untuk definisi yang selama ini dikenal oleh banyak orang. Sedangkan sosial yang secara teori harusnya didekati oleh jangkauan sosiologi (Nasrullah, 2015).

kadangkala definisi dari media lebih dekat kepada sifatnya yang massa meskipun definisi tersebut mempunyai kecondongan yang serupa. Kata “media kerap kali tumbuh berbarengan dengan teknologinya. Contohnya seperti Koran adalah penggambaran dari media cetak, radio adalah penggambaran dari media audio, internet adalah penggambaran media online.

Terlepas tentang bagaimana melihat definisi media itu sendiri entah dalam bentuk maupun teknologinya, ungkapan kata media dapat dipahami lewat melihat proses komunikasi (Nasrullah, 2015). Proses insiden komunikasi dibutuhkan tiga hal, yakni objek, organ dan medium. Banyaknya tolak ukur ini dapat dibikin agar memandang bagaimana media tersebut. Ada yang membuatnya berdasarkan teknologinya, ada penjelasan dari sumber atau organ tentang bagaimana mendapatkan atau mengolahnya atau berdasarkan menyebarkan pesan itu.

Membaginya kedalam kriteria tertentu akan memudahkan siapapun melihat seperti apa media tersebut. Cuma saja pembagiannya akan menempatkannya sebagai sebuah mediator dari distribusi pesan. Padahal, media bisa berkontribusi dalam menciptakan makna dan budaya. Salah satu ungkapan yang dipopularkan oleh McLuhan bahwa "*the medium is the message*" memberikan kesadaran bahwa medium merupakan pesan yang dapat mengubah pola komunikasi. Menurut pandangan Meyrowitz, tentang upaya memahami makna medium, terdapat 3 cara melihat medium. Pertama sebagai saluran, kedua sebagai bahasa dan ketiga sebagai lingkungan (Nasrullah, 2015).

Kata "sosial" dari media sosial baik teori maupun praktik dihipotesiskan dalam jangkauan sosiologi. Menurut Fuchs (2014) menyempang pernyataan terkait kata sosial, seperti terkait dengan informasi dan pemahaman. Teori sosiologi menyebutkan media fondasinya sosial karena media segmen dalam masyarakat serta bagian dalam masyarakat yang digambarkan membentuk peralatan teknologi akan dipakai (Nasrullah, 2015). Secara teknis, saat membahas tentang definisi sosial maka tidak akan lepas dari yang namanya individu/pribadi ada dari

khalayak tersebut bukan cuman berada di daerah. Karena itulah karakter dari sosial itu sendiri membuat definisi dari sosial sulit dipahami terutama yang berkaitan dengan media sosial.

Menurut Durkheim, sosial lebih kearah kenyataan bahwa sannyasetiap manusia melakukan peran di kawasan masyarakat. ditegaskan bahwa media dan perangkat lunak adalah sosial diantara artian keduanya adalah benda sosial. Sedangkan menurut Weber, kata sosial jika disederhanakan mengarah kepada ikatan sosial. Ikatan sosial bisa dilihat didaalam kelas-kategori aksi dan hubungan sosial. Kelas-kategori ini berida membawa eksplanasi terhadap maksud dari aktifitas sosial dan aktifitas Individual. Namun, dibutuhkan symbol atau lambing yang bersubstansial diantara orang dari hubungan tersebut (Nasrullah, 2015).

Dari kedua pengertian dasar diatas, bisa menjelaskan maka kehadiran media sosial ialah perwujudan yang tidak bentrok dengan kehadiran dan cara kerja computer. Namun, sulit untuk menciptakan arti media sosial berdasar pada perangkat teknologi. Fusch memulainya dengan pertumbuhan kata Web 2.0 yang mengarah kepada media internet yang sudah enggak lagi cuman penyambung pengguna dengan komponen tetapi melibatkan pengguna untuk mempulikasikan, melengkapi dan mengolah data web sebagai platform atau program yang dapat diluaskan sampai pada pemakai dengan jaringan dan jalur yang panjang. Berikut ini pengertian media sosial menurut para ahli, diantaranya :

Menurut Madinbergh (2012), media sosial ialah media yang manampung kerjasama antara pemakai yang memanifestasikan konten. Menurut Shirky (2008), media sosial dan komponen lunak sosial yaitu alat untuk mendorong kemampuan

pemakai untuk memberi dan perhimpunan sesama pemakai lainnya dan melakukan tindakan beramai-ramai dimana seberinda berada diluar ragangan individu ataupun kelompok. Sedangkan menurut Van Dijk (2013) Media sosial merupakan tribune media yang mengkonsentrasikan pada eksistensi pemakai yang mengsaranoi mereka dalam beraktivitas ataupun berkolaboras. Oleh sebab itu, media sosial songsong dipandang sebagai media online yang menguatkan ikatan antara pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial (Nasrullah, 2015).

Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan diatas, maka pengertian dari Media Sosial adalah media yang menjadi tempat yang memfasilitasi sesama pengguna dalam menghasilkan sesuatu, baik konten maupun karya untuk meningkatkan kemampuan dan menghubungkan pengguna satu dengan pengguna lainnya secara sosial.

2.2.2.2.1 Jenis-Jenis Media Sosial

Banyaknya sumber terutama dari liputan media ataupun kajian literature membagi ragam media sosial, ada yang membaginya beralaskan model jaringan yang berbentuk, personalitas pemakainya, sampai kepada file atau postingan yang disebarakan (Nasrullah, 2015). Ada 6 (enam) jenis-jenis media sosial, (1) media jejaring sosial (2) Jurnal online (3) mikroblog (4) Media berbagi (5)Penanda sosial (6) wiki (Nasrullah, 2015).

1. Jejaring sosial

Adalah media yang cukup populer dari kategori media social lainnya. sarana yang dapat digunakan untuk melakukan hubungan secara sosial. Salah satu nya adalah hadirnya facebook sebagai jejaring sosial dimana pengguna bisa

mempublikasikan konten, aktivitas atau bahkan mengemukakan pendapat juga menjadi tempat untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam jejaring sosial diruang siber. Selain facebook ada juga jejaring sosial yang menjadi tempat untuk mempublikasikan ejarah hidup dan profesi pemakai termasuk menjadi tempat untuk mencari pekerjaan seperti *linkedIn*.

2. Blog

Ialah *platform* yang memungkin pemakainya untuk mempublikasikan kegiatan mereka, berkomentar dan berbagi. Istilah ini berawal dari kata “*weblog*” dikenalkan jorn berger pada tahun 1997 (Nasrullah, 2015). Pada permulaanya, blog berbentuk situs pribadi yang isinya kumpulan tautan ke situs lain dan di perbaharui per 24 jam/hari-nya. Seiring perkembangannya waktu menjadi tempat yang berisi catatan atau keseharian pribadi dari pemilik media/blog.

Selain blog yang awalnya hanya memuat tautan, blog juga pada mulanya lebih cenderung dikelola secara ibndividu. Namun, seiring berjalannya waktu membuat perusahaan maupun lembaga busnis juga turut terjun ke dunia blog. Secara teknis, junis-jenis blog terbagi menjadi 2 (dua) jenis, *Personal homepages* dengan begitu pemilik dapat menggunakan doamian sendiri (.net, .com. .co.id) dan menggunakan fasilitas halaman weblog gratis yang disediakan oleh wordpress dan blogspot.

3. microblog

Adalah kategori media sosial dimana penggunanya dapat menulis dan membagikan kegiatan serta opini mereka. Salah satu microblog yang seperti ini adalah twitter. Dengan twitter pengguna menjalis hubungan satu dengan lainnya,

membagikan informasi atau aktivitas pengguna dan orang lain, memberikan pendapat dan membahas isu atau topic yang sedang hangat dibicarakan selayaknya media sosial pada umumnya kecuali menyediakan ruang tertentu atau menulis 140 karakter saja.

4. Media Sharing

Adalah type media sosial yang mensaranai penggunaannya untuk saling berbagi media, mulai dari dokumen video, audio, gambar, danm lainnya. misallnya media sharing yaitu, photobucket dan snapchat.

5. Sosial Bookmarking

Berfungsi sebagai mengorganisasikan, menyimpan, mengolah, dan mencari secara online istilah tersebut muncul pada tahun 2003 dengan kemunculannya pada tahun 1996 dengan munculnya *itList* dan dipopulerkan oleh Delicious. Beliau mempopulerkan penandaan dengan menggunakan tanda tagar (#) atau biasa disebut dengan tagging yang membolehkan pemakai untuk mencahari informasi beralaskan kata kunci tertentu.

6. Wiki

Merujuk kepada kata Wikipedia populer sebagai media kolaborasi konten. Sama dengan kamus atau ensklopedia, wiki membawakan penggunaanya penegrtian, sejarah sampai referensi buku hingga gayutan. Dalam praktiknya, penejelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung sehingga kerjasama antar sesame pengunjung untuk mengisi konten tersebut. Inilah kenapa wiki disebut dengan media konten bersama.

Saxena (2014) membagi wiki kedalam dua jenis, publik dan privasi. Wikipedia adalah manifestasi wiki dimana konten diakses oleh pengguna secara bebas (publik). Wiki ialah type media sosial yang berwatak privasi atau terbatas yang hanya bisa disunting dan dikolaborasi secara terbatas yang umumnya ada moderator yang ngasih akses kepada siapa konten tersebut dapat diakses (Privasi) (Nasrullah, 2015).

2.2.2.3 Instagram

Instagram merupakan media social yang membagikan informasi dalam bentuk foto ataupun gambar. Fitur unik dari media sosial ini memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengubah foto serta menerapkan efek khusus kedalamnya dan mempublishnya ke jejaring social intagram. Instagram dapat digunakan pada beberapa perangkat seperti iPhone, Android, iPad atau iPod Touch dengan system operasi V2.2 di atasnya dan sanggup didownload lewat *apple app store* dan *google play*.

Instagram berpook dari beberapa kata, Insta yang berasal dari Instan dan kata Gram yang berasal dari Telegram. Dari dua kata tersebut, dapat menjadi gambaran bahwa Instagram seperti halnya kamera polaroid yang dikenal dengan sebutan kamera instan dan cara kerjanya yang mengirimkan informasi dengan cepat maka dari itu informasi yang diterima bisa cepat sampai seperti halnya Telegram. Oleh sebab itu nama Instagram merupakan gabungan dari Instan dan Telegram (Yunaldi, 2017).

Instagram selain dapat dikatakan sebagai tempat untuk mensebrot gambar dan mempublikasikannya dengan waktu pendek. Instagram memiliki beberapa fitur utama, diantaranya :

1. *Home Page*

Adalah halaman depan berisikan gambar dan video dari pemakai lain yang telah di *follow*. Cara melihatnya adalah membuka aplikasinya secara langsung dan terlihat dilayar depan.

2. *Comments*

Foto maupun video tyang ada di dalam home page bisa dikomentari oleh pemakai di kolom komentar yang tersedia.

3. *Explore*

Yakni antologi foto atau video populer yang mendapatkan like dan view. Biasanya terletak di kolom pencari.

4. *Profil*

Informasi pengguna dan pengguna lainnya yang dapat diketahui dengan meng-klik nama/foto profil pengguna.

5. *Snap Ig*

Merupakan fitur yang berisikan foto maupun video singkat atas kegiatan yang sedang dilakukan oleh pengguna. Umumnya foto maupun video yang dipublish hanya akan bertahan selama 24 jam.

6. *Follow*

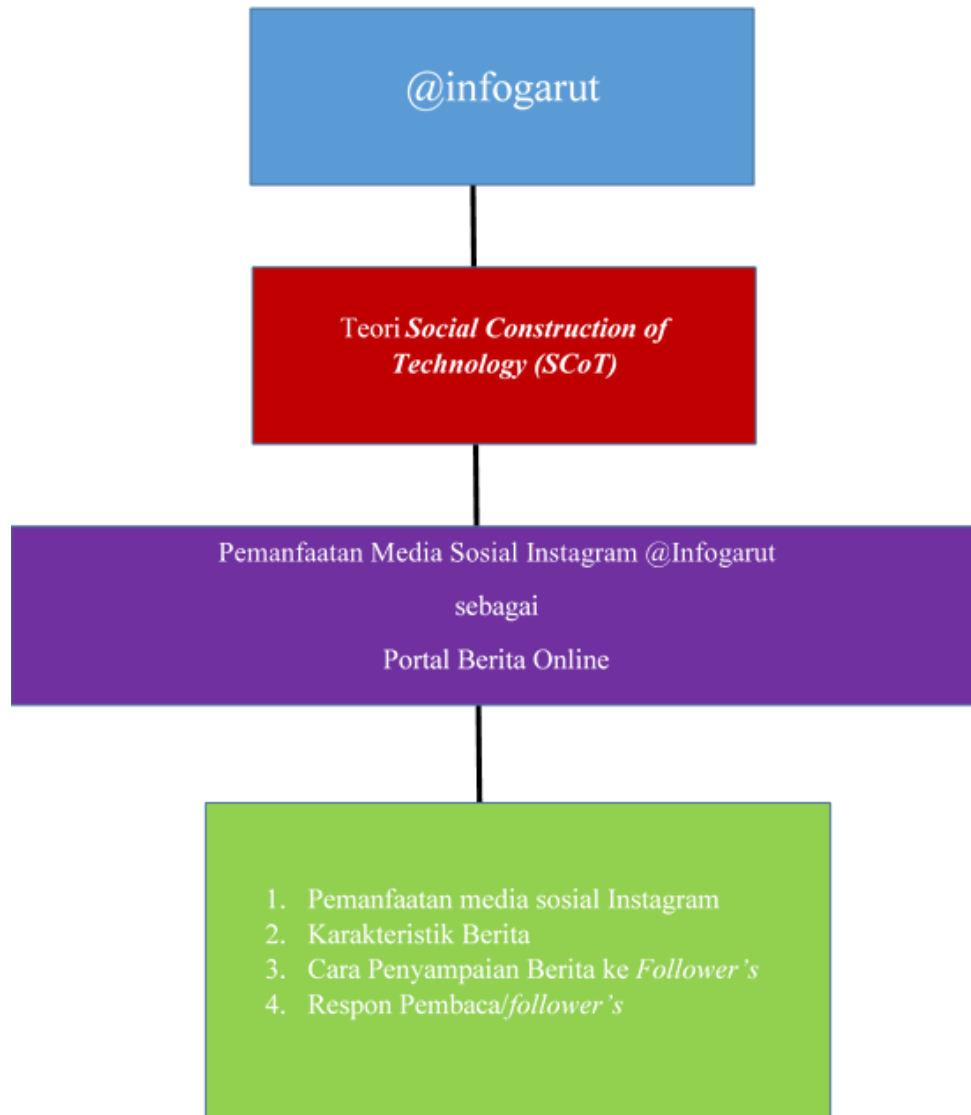
Follow atau ikuti adalah fitur dimana pengguna bisa mengikuti pengguna lainnya untuk dapat mengikuti aktivitas yang sedang dilakukan pengguna. Memfollow kembali orang yang memfollow pengguna disebut dengan *follback*.

7. *Hastag*

Adalah kata-kata atau kalimat yang bagian depannya diawali dengan tanda pagar (#). Tanda pagar tersebut berfungsi untuk mempermudah pengguna untuk menemukan postingan foto maupun video di Instagram dengan kategori tertentu (Nuraeni, 2019).

2.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 1
Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: olah data peneliti (2022)