

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat tiga penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi dengan kesamaan fokus yaitu pada komunikasi interpersonal dengan tujuan sebagai panduan agar hasil penelitian tidak menjauh dari topik dan sasaran. Seluruh penelitian terdahulu sudah terakreditasi minimal SINTA 3. Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan memiliki kriteria yaitu penelitian yang menggunakan metode kualitatif.

Penelitian yang ditulis oleh Nadya dan Indra dengan judul ‘Komunikasi Interpersonal Komunitas Online www.rumahtaaruf.com. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan para anggota komunitas *online*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal yang terdapat pada pasangan yang merupakan anggota dari komunitas *online* www.rumahtaaruf.com. Teori yang digunakan adalah komunikasi interpersonal. Persamaan pada penelitian yang ditemukan adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal yang terdapat pada masing-masing individu, sedangkan perbedaan yang ditemukan adalah subjek penelitian yang dipilih.

Penelitian kedua yang ditulis oleh Girly Kurniati dengan judul ‘Pengelolaan Hubungan Romantis Jarak Jauh: Studi Penetrasi Sosial Pasangan yang Terpisah Jarak Geografis’. Penelitian ini membahas tentang perubahan dan perbedaan yang terjadi dalam hubungan antarpribadi khususnya pasangan yang sedang berhubungan jarak jauh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses individu membangun relasi interpersonal dan bagaimana mereka mengelola hubungan jarak jauh dengan pasangannya. Teori yang digunakan juga tentang Komunikasi Interpersonal. Memiliki kesamaan dalam penelitian yang dilakukan merupakan hubungan yang dilakukan jarak jauh atau *online*. Perbedaannya terdapat pada fokus penelitian yaitu untuk mengetahui tahapan perkembangan hubungan.

Penelitian yang ditulis oleh Cecep, Hana, Heni dan Ridwan dengan judul ‘Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja Dalam Penggunaan Media Sosial di Kota Bandung’. Membahas tentang pengembangan hubungan interpersonal remaja dalam penggunaan media sosial khususnya di Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui proses individu membangun relasi interpersonal dan bagaimana mereka mengelola hubungan jarak jauh dengan pasangannya. Penelitian ini juga menggunakan teori dan konsep mengenai komunikasi interpersonal dan media sosial. Ditemukan adanya kesamaan dalam penelitian itu yaitu pengembangan hubungan yang dilakukan dalam penggunaan media sosial dan yang membedakan dengan penelitian ini adalah subjek penelitian yang dipilih lebih luas.

Dari ketiga peneliti terdahulu terdapat kebaruan dalam penelitian ini yaitu ada pada tahapan perkembangan hubungan Generasi Z yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2018, untuk melihat tahapan hubungan yang dijalani setelah menerapkan strategi komunikasi interpersonal. Selain itu mencari hambatan apa yang ditemui dalam proses tersebut, terlebih komunikasi yang dilakukan melalui media sosial yang bisa disebut mirip dengan menjalani hubungan secara *virtual*.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu

	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
NAMA PENELITI & JUDUL PENELITIAN	Nadya Zsalsabilla Rahmania, Indra N.A Pamungkas KOMUNIKASI INTERPERSONAL KOMUNITAS ONLINE WWW.RUMAHTAA RUF.COM	Girly Kurniati PENGELOLAAN HUBUNGAN ROMANTIS JARAK JAUH: STUDI PENETRASI SOSIAL PASANGAN TERPISAH YANG JARAK GEOGRAFIS	Cecep Darmawan, Hana Silvana, Heni Nuraeni Zaenudin, Ridwan Effendi PENGEMBANGAN HUBUNGAN INTERPERSONAL REMAJA DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG
MASALAH & TUJUAN	Masalah: Dalam menjalin sebuah hubungan dibutuhkan komunikasi yang baik antar satu dengan yang lainnya, salah satu cara yaitu dengan menjalin hubungan sosial yang didalamnya terdapat hubungan kelompok.	Masalah: Tuntutan pekerjaan memaksa pasangan untuk menjalani sebuah hubungan romantis melalui jarak jauh.	Masalah: Kelompok remaja dianggap paling rentan dan diharapkan menjadi agen perubahan untuk mengatasi berbagai masalah masyarakat digital karena mereka adalah sasaran utama dalam literasi digital.

	<p>Tujuan: Mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal yang terdapat pada pasangan yang merupakan anggota dari komunitas <i>online</i> www.rumahtaaruf.com.</p>	<p>Tujuan: Mengetahui proses individu membangun relasi interpersonal dan bagaimana mereka mengelola hubungan jarak jauh dengan pasangannya.</p>	<p>Tujuan: Menggambarkan pengembangan hubungan interpersonal remaja dalam penggunaan media sosial.</p>
TEORI & KONSEP	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Interpersonal • Tujuan Komunikasi Interpersonal • Komunitas Virtual 	<ul style="list-style-type: none"> • Hubungan Romantis Jarak Jauh • Komunikasi Antarpribadi 	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi Interpersonal • Media sosial
METODOLOGI	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif Kualitatif • Post Positivisme • Wawancara mendalam 	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitatif • Post Positivis • Wawancara Mendalam 	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitatif • Studi kasus • Wawancara

HASIL	Komunikasi yang dilakukan antar anggota komunitas rumah taaruf dilakukan melalui forum diskusi pada website. Prosesnya para anggota bertemu dan berkomunikasi secara langsung bersama pasangan masing-masing.	Tahapan perkembangan hubungan antarpribadi tidak bersifat linear karena pasti dapat terjadinya naik dan turun dalam tahapan hubungan. Masing-masing individu memiliki peran penting dalam mengelola konflik antarpribadi contohnya seperti keterbukaan diri individu.	Sebuah hubungan dapat terjalin dengan adanya ketertarikan, kemudian munculnya kenyamanan yang membuat hubungan tersebut semakin erat. Selain itu juga terdapat perbedaan tiap individu di dunia nyata dan dunia maya. Maka dari itu efektivitas komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh seberapa besar keterbukaan dari remaja tersebut.
SUMBER	https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/12032/pdf	http://www.jke.fe.b.ui.ac.id/index.php/jkmi/article/viewFile/8876/pdf	http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/21163/12174

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA

2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan

2.2.1 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dapat diartikan dengan terjadinya komunikasi atau pertukaran pesan yang dilakukan oleh dua orang. Seseorang yang memberikan sebuah pesan dengan kalimat dan direspon balik oleh orang yang lainnya. Komunikasi ini terjadi dua arah sehingga ada respon yang diberikan satu dengan yang lain.

Menurut Devito (2014) komunikasi interpersonal adalah seseorang yang berinteraksi dengan orang yang berasal dari budaya yang berbeda, maka orang itu harus mengikuti dan menyesuaikan dengan aturan yang berlaku dalam berkomunikasi. Setiap individu tentunya memiliki budayanya masing-masing, dengan pola komunikasi yang berbeda maka perlu adanya penyesuaian yang dilakukan untuk mengerti apa yang sedang dibicarakan.

Hubungan interpersonal sangat penting untuk pria maupun wanita, selain itu juga untuk anak-anak muda maupun yang tua (DeVito, 2013). Melakukan pemeriksaan hubungan pada diri sendiri terlebih dahulu merupakan cara yang baik dalam memulai sebuah hubungan interpersonal.

Komunikasi interpersonal berkontribusi pada bidang seperti psikologi, bisnis, sosiologi, antropologi, dan konseling. Keseluruhan aktivitas interaksi manusia yang ditemui adalah komunikasi interpersonal. Dalam berkomunikasi, seorang komunikator yang baik itu harus memiliki wawasan yang luas dan juga bisa meyakinkan lawan bicara. Untuk mendapatkan kepercayaan lawan bicara dalam berkomunikasi harus menunjukkan kelemahan apa saja yang ada pada lawan bicara dan memperbaiki kelemahan tersebut (Wood, 2013).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Kesalahpahaman dapat terjadi kapan saja ketika melakukan komunikasi interpersonal, karena pada proses tersebut terdapat kemungkinan munculnya kebingungan dan perbedaan jika dibiarkan akan menjadi sebuah ketidakpastian. Komunikasi interpersonal merupakan *action oriented*, dimana sebuah aksi yang dilakukan tertuju pada tujuan tertentu.

Komunikasi interpersonal efektif apabila terjadi secara langsung atau bertatap wajah, dengan melakukan komunikasi ini dapat terjalin relasi atau sebuah hubungan baik pekerjaan atau pertemanan sekalipun. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan saat melakukan komunikasi adalah konteks.

Dengan penyesuaian dan mengikuti aturan atau gaya berbicara seseorang, kita dapat mengerti konteks apa yang sedang dibicarakan. Dengan mengerti, komunikasi yang dilakukan bisa efektif karena penerimaan pesan bisa memberikan respon yang sesuai.

Komunikasi interpersonal adalah sebuah proses komunikasi yang terjadi dan dapat mengalami perubahan sehingga tidak dapat diprediksi. Bisa juga disebut sebagai proses transaksional karena terdapat banyak proses yang berlangsung serta terdapat elemen yang saling berhubungan.

Komunikasi tidak dapat dihindari dalam situasi interaksi dan pesan yang telah disampaikan tidak dapat diulang kembali dengan cara yang sama. Terdapat beberapa macam tujuan dari komunikasi interpersonal, antara lain:

- Mengungkapkan perhatian pada orang lain
- Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis
- Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu
- Memberikan bantuan seperti konseling
- Mempengaruhi sikap dan tingkah laku

2.2.2 Tahapan Hubungan

Dalam mencapai tujuan dalam sebuah hubungan terdapat tahap-tahap yang dapat dilalui. Terdapat 6 tahapan menurut DeVito (2013) yaitu *Contact, Involvement, Intimacy, Deterioration, Repair* dan *Disolution*.

1. *Contact* (Kontak)

Tahap dimana seseorang bisa melihat, mendengar dan lainnya. Dari tahapan ini dapat membentuk sebuah bayangan mental dan fisik seseorang. Tahap ini merupakan tahap awal dimana nantinya akan membantu dalam penentuan apakah sebuah hubungan akan berlanjut atau tidak.

2. *Involvement* (Keterlibatan)

Keterlibatan merupakan tahap munculnya sebuah rasa kebersamaan dan saling terhubung. Tahap ini merupakan tahap dimana seseorang ingin mencari tahu lebih dalam tentang seseorang. Muncul pemikiran untuk menyusun strategi agar komunikasi bisa lebih dekat dan dalam.

3. *Intimacy* (Intimasi)

Tahap ini dimana seseorang mulai mengikatkan diri dengan orang lain, kemudian mulai menentukan status dari sebuah hubungan yang sedang dijalani. Tahap ini juga merupakan semakin dekatnya seseorang dengan pasangannya dan akan sering bertukar informasi pribadi. Pada intinya tahap ini akan memperlihatkan kedekatan kedua orang yang semakin dekat.

4. *Deterioration* (Kerusakan)

Tahap mulai muncul berkurangnya ikatan yang dijalani dalam sebuah hubungan, mulai membayangkan kemungkinan buruk yang bisa terjadi jika tetap mempertahankan suatu hubungan. Selain itu juga membuat berkurangnya waktu yang dihabiskan bersama, perasaan mulai memudar serta konflik atau masalah yang dapat muncul.

5. *Repair* (Perbaikan)

Pada tahapan perbaikan ini merupakan upaya seseorang akan memikirkan cara untuk memperbaiki dan mempertahankan hubungan yang sedang dijalani. Hal yang dilakukan bisa berupa berdiskusi satu sama lain, mencari solusi bersama. Jika ada jalan keluarnya, cara tersebut dilakukan agar hubungan dapat dipertahankan.

6. *Dissolution* (Pembubaran)

Tahap terakhir, dimana penentuan setelah munculnya masalah tetapi solusi yang didapatkan tidak berbuah hasil yang baik maka berakhirlah sebuah hubungan. Tahap diaman sudah tidak ada ikatan antara individu, dan pada akhirnya masing-masing akan berjalan dan memulai hidup baru.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2.3 Strategi Komunikasi Interpersonal

Menurut DeVito (2007), terdapat lima jenis strategi atau karakteristik yang membuat komunikasi interpersonal bisa menjadi lebih efektif, yaitu:

1. Keterbukaan

Kondisi dimana seseorang dengan senang hati menanggapi sebuah informasi yang diterima oleh lawan bicara. Seorang komunikator yang efektif harus bisa terbuka ketika berbicara kepada komunikan dengan tujuan apa yang ingin disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik, dengan begitu penerima pesan dapat merespon sesuai dengan apa yang sedang dibicarakan.

Keterbukaan diri menciptakan suatu komunikasi interpersonal yang efektif. Keterbukaan diri juga memiliki peran penting dalam proses komunikasi interpersonal. Jika seorang komunikator bisa membuka dirinya berarti orang tersebut juga memberikan kepada orang lain perasaan orang tersebut terhadap sesuatu yang telah dikatakan atau sebuah peristiwa yang baru saja disaksikan.

2. Empati

Dapat diartikan juga sebagai kemampuan atau keahlian seseorang dalam mengetahui apa yang sedang dirasakan orang lain di waktu tertentu, bisa juga disebut tahu sudut pandang atau cara berpikir orang tersebut. Seseorang yang berempati mampu memahami posisi orang lain dengan memberikan motivasi dan saran sesuai dengan masalah yang dihadapi.

Untuk bisa memiliki perasaan empati terhadap sesuatu, hal yang harus dilakukan adalah dengan menahan godaan untuk bisa menilai. Reaksi seperti itu dapat terjadi dan menghambat pemahaman. Kemudian semakin banyak mengenal orang terhadap keinginan, ketakutan dan sebagainya membuat kita semakin mampu untuk melihat apa yang dirasakan oleh orang lain.

Sikap empati bisa ditunjukkan secara nonverbal dengan menunjukkan keterlibatan aktif dengan lawan bicara lewat ekspresi wajah dan pergerakan yang sesuai. Kontak mata ketika sedang berbicara juga menjadi bagian penting yang mempengaruhi untuk bisa berempati.

3. Dukungan

Menjadi salah satu hubungan interpersonal yang efektif dalam sebuah hubungan ketika ada sikap saling mendukung satu sama lain. Ini juga dilihat sebagai sebuah situasi dimana tujuannya untuk mendukung komunikasi dapat berlangsung dengan efektif. Dengan memberikan dukungan, berarti penerima pesan dari komunikan mendengarkan dan memahami pesan apa yang disampaikan.

Memiliki sikap deskriptif dimana seseorang menjaga sopan santun ketika berbicara, berpikir rasional dalam pengambilan keputusan dan memiliki kemampuan berpikir kritis dalam menentukan tujuan adalah bentuk sebuah dukungan.

4. Rasa Positif

Pemikiran positif terhadap diri setiap individu dapat membuat dirinya semakin terbuka dan memperluas cara berpikir. Dengan begitu ketika dalam situasi sedang berkomunikasi bisa menciptakan suasana yang kondusif dan efektif. Setiap pembicaraan yang dilakukan terkesan *fun* tanpa ada satu pihakpun yang tersinggung.

Ketika berkomunikasi dengan orang yang menikmati sebuah pembicaraan bisa membuat suasana menjadi menyenangkan, karena pembicaraan tersebut tidak hanya satu arah melainkan dua arah dimana terdapat dua orang saling memberikan pendapat untuk merespon dalam sebuah pembicaraan satu sama lain.

5. Kesetaraan

Salah satu sikap ini dapat membantu komunikasi interpersonal menjadi efektif. Situasi ini dimana ketika dua orang berbicara satu sama lain harus ada pengakuan bahwa keduanya sama-sama bernilai dan berharga dan tiap individu memiliki hak dan hal yang penting untuk dibicarakan.

Ketika berinteraksi terjadi adanya ketidaksetaraan dimana terdapat seseorang yang kastaanya lebih tinggi dimana pengetahuan yang dimiliki lebih luas ketika komunikasi. Maka dari itu, komunikasi interpersonal akan berjalan dengan baik apabila kedua belah pihak memiliki kedudukan yang setara. (DeVito, 2013, p. 14-16)

Selain itu menurut DeVito (2013) juga mengatakan terdapat 6 karakteristik komunikasi antarpribadi.

1. Komunikasi antarpribadi melibatkan seseorang yang bergantung dengan orang lain.
2. Komunikasi antarpribadi bersifat relasional.
3. Komunikasi antarpribadi bergerak dari impersonal hingga personal, dimaksud dengan interaksi yang dilakukan dari tidak saling mengenal satu sama lain hingga melakukan pembicaraan yang personal.
4. Komunikasi antarpribadi melibatkan pesan verbal dan nonverbal
5. Komunikasi antarpribadi memiliki beberapa variasi
6. Komunikasi antarpribadi melibatkan pilihan, contohnya seseorang memilih dengan siapa ia berkomunikasi dan memilih penggunaan yang tepat saat berbicara.

Komunikasi terjadi dalam konteks yang memengaruhi bentuk dan isi pesan yang disampaikan. Konteks komunikasi terdapat 4 dimensi yang saling berkaitan yaitu.

Physical Dimension, berarti lingkungan nyata dan konkret suatu komunikasi terjadi. *Temporal Dimension*, tidak hanya berkaitan dengan waktu saat ini atau waktu yang telah terjadi (DeVito, 2013, p. 5-8) . *Social-Psychological Dimension*, bentuk hubungan yang terjadi antara partisipan, serta bentuk perasaan setiap individu dalam melakukan interaksi. *Cultural Dimension*, mencakup kepercayaan budaya dan kebiasaan individu berkomunikasi.

2.2.4 Generasi Z

Generasi merupakan pengelompokan orang-orang yang lahir di tahun pada masa yang sama dan telah ditentukan. Generasi bisa dikatakan seperti sebuah budaya yang memiliki sikap, keyakinan, norma sosial dan perilaku (Seemiller & Grace, 2016). Dalam setiap generasi, merekalah saksi pergantian dari satu generasi ke generasi berikutnya. Mereka juga harus beradaptasi dengan mengikuti perkembangan yang ada, kekurangan dan kelebihan pasti mereka temui dalam proses perubahan tersebut.

Tabel 2. 2 Tabel Generasi

NAMA GENERASI	TAHUN
BABY BOOMER	1946-1964
GENERASI X	1965-1980
GENERASI Y	1981-1994
GENERASI Z	1995-2010
GENERASI ALPHA	2011-2025

Sumber: Jurnal Terdahulu (2022)

Terdapat 7 ciri Generasi Z diantaranya ada *Phiygital* (gabungan fisik & digital), Hiper-kustomisasi, Realistis, FOMO (*Fear of Missing Out*), *Weconomist*, DIY (*Do it Yourself*), dan Kompetitif (Stillman, 2018). Perbedaan karakteristik yang dimiliki oleh tiap masing-masing Generasi juga berpengaruh kepada gaya komunikasi yang dilakukan. Tujuan pengelompokan generasi ini adalah untuk memberikan pemahaman cara berkomunikasi dan perilaku yang berbeda.

Generasi Z yang biasanya juga disebut sebagai Gen Z adalah sebuah generasi yang lahir setelah generasi Y. Orang-orang yang termasuk sebagai generasi yang lahir pada tahun 1995 sampai 2010. Selain itu generasi ini juga disebut sebagai generasi internet, dimana pada saat itu internet mulai berkembang menjadi canggih hingga saat ini.

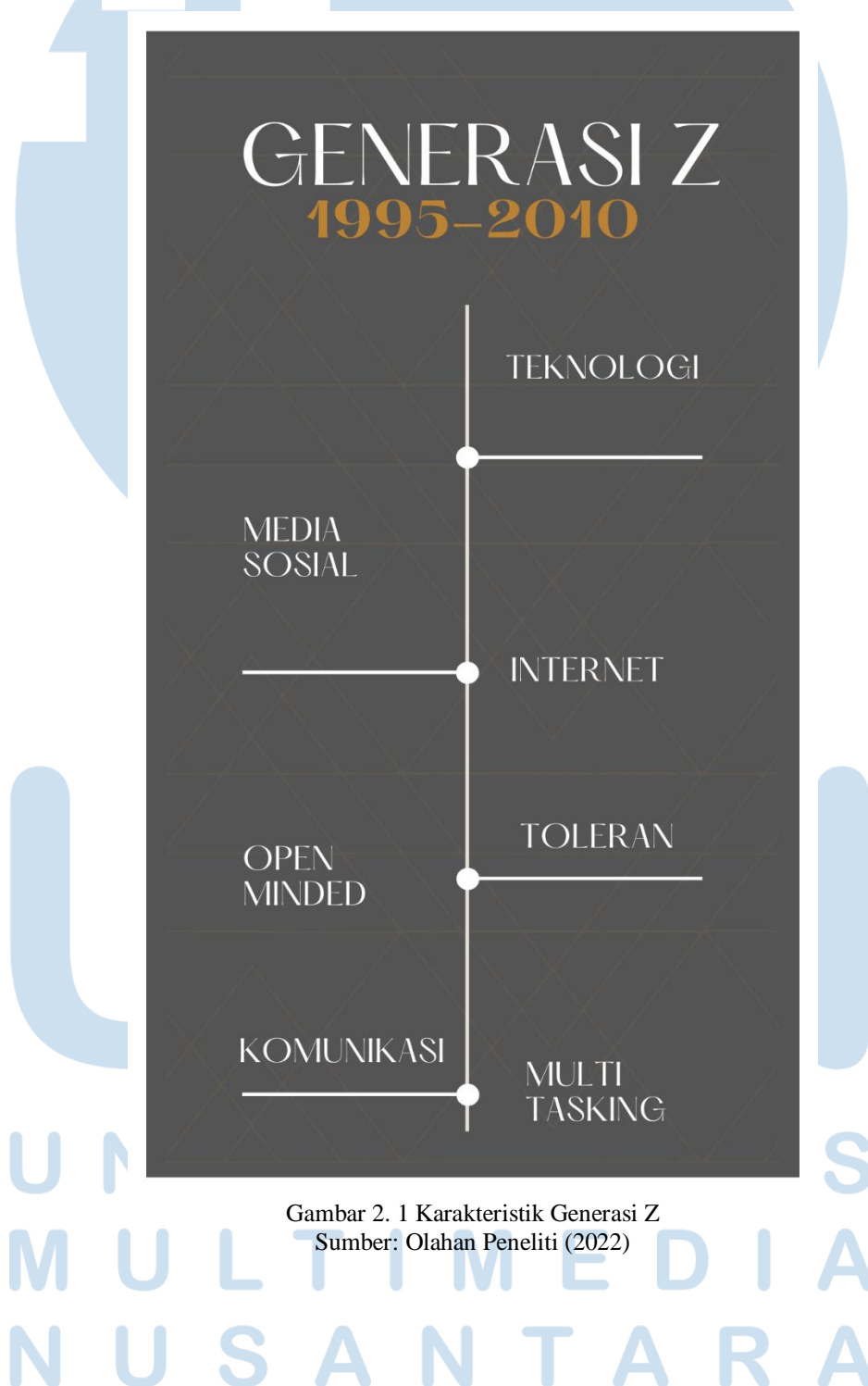
Generasi Z selalu terhubung dengan internet atau dunia maya, mereka dapat melakukan segala hal dengan menggunakan teknologi yang tersedia. *Gadget* contohnya, benda yang sudah tidak asing bagi generasi z ini karena sudah mereka mainkan sejak kecil. Maka dari itu, karakteristik Generasi Z adalah mahir teknologi, suka berkomunikasi, ambisius dan lebih toleran.

Generasi adalah pengelompokan bagi orang-orang yang lahir pada periode yang sama dan periode kelahiran seseorang pada generasi saat ini dikelompokkan dalam kurun waktu 15 tahun (Madden, 2019, p. 10). Generasi Z tumbuh bersama dengan adanya fasilitas yang terhubung ke internet atau perangkat seperti handphone serta media sosial yang mereka gunakan setiap harinya untuk terhubung dengan orang lain (Madden, 2019, p. 25).

Berdasarkan hasil data sensus penduduk 2020, bahwa penduduk di Indonesia didominasi oleh Generasi Z. Dengan total lebih dari 74 juta atau sekitar 27% dari total penduduk Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2021). Generasi Z juga bisa dikatakan akan menjadi generasi penerus bangsa, dimana pada saat ini para generasi z diperkirakan berusia dari 8 hingga 23 tahun dimana mereka akan segera memasuki usia yang produktif dalam beberapa tahun kedepan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Generasi Z memiliki karakteristik yang unik hal yang paling lekat dengan anak-anak Generasi Z adalah teknologi dan internet. Tumbuh dan berkembang bersamaan dengan meningkatnya teknologi yang semakin canggih memudahkan mereka untuk beraktivitas sehari-hari.



Gambar 2. 1 Karakteristik Generasi Z
Sumber: Olahan Peneliti (2022)

2.2.5 Social Media

Di era yang sudah maju saat ini, perkembangan internet dimanfaatkan manusia untuk berkomunikasi. Perubahan yang signifikan dirasakan dengan hadirnya internet ditengah masyarakat guna memudahkan mereka untuk melakukan komunikasi. Komunikasi yang dilakukan bisa secara *real time* dengan adanya internet, yang memudahkan untuk menghubungi siapa saja melalui media sosial. Dengan hadirnya media sosial, manusia sudah tidak lagi terhalang oleh jarak dan waktu dalam berkomunikasi.

Media sosial memiliki peran yang semakin diakui sebagai *platform* bagi masyarakat untuk berkomunikasi. Pertukaran informasi yang cepat dan mudah berlangsung yang dilakukan setiap harinya. Dengan kemajuan teknologi saat ini dan banyaknya media sosial yang telah bermunculan, media sosial telah menjadi sesuatu yang wajib dimainkan setiap harinya oleh masyarakat salah satunya menjadi alat bantu untuk melakukan komunikasi dengan orang terdekat ataupun keluarga.

Media sosial adalah segala bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah dan umpan balik (Kent, 2013). Media sosial juga bisa diartikan sebagai tempat untuk kolaborasi, berkomunikasi, serta penanaman secara daring diantara jaringan orang-orang, masyarakat, dan organisasi yang saling terkait dan saling tergantung dan diperkuat oleh kemampuan dan mobilitas teknologi (Tuten & Solomon, 2014).

Media sosial disebut sebagai sebuah sarana untuk membagikan tulisan, audio, foto dan video informasi (Kotler & Keller, 2012). Terdapat 3 platform utama untuk media sosial menurut Keller (2012) diantaranya ada komunitas *online* dan forum, *blogs* dan *social networks*. Dalam penggunaan media sosial tentunya terdapat dampak baik positif maupun negatif.

Terdapat beberapa karakteristik media sosial menurut Michael dalam *Communication Works* (2005) diantaranya adalah:

- Pesan dapat disampaikan ke orang banyak melalui internet.
- Informasi atau pesan bisa dengan cepat tersebar.
- Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.
- Sebuah pesan atau informasi dapat dibagikan secara bebas.

Terdapat ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial daripada media yang lain. Karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2016) diantaranya adalah:

- **Jaringan (*Network*)**

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Kehadiran media sosial membuat para pengguna untuk bisa terhubung satu dengan yang lain melalui teknologi. Secara tidak langsung jaringan yang terbentuk antar pengguna membentuk sebuah komunitas dan memunculkan nilai yang ada dalam masyarakat.

- **Informasi (*Information*)**

Informasi menjadi salah satu bagian penting dari media sosial. Media sosial bekerja berdasarkan dari sebuah informasi, dimana seseorang membagikan sebuah pesan melalui media sosial kemudian diterima oleh orang lain. Pentingnya sebuah informasi membuat mudahnya para pengguna bisa terhubung antar satu dan yang lainnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

- **Arsip (*Archive*)**

Sebuah informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat apapun. Suatu informasi yang telah diunggah melalui media sosial tidak dengan mudah menghilang, karena adanya jejak digital sehingga membuat siapapun bisa melihatnya. Antara lain sebuah informasi juga menjadi bagian dari dokumen yang telah tersimpan.

- **Interaksi (*Interactivity*)**

Melakukan atau membangun sebuah interaksi dengan orang lain di media sosial memiliki tujuan untuk memperluas hubungan atau pertemanan. Hal kecil seperti saling berkomentar adalah bagian dari melakukan interaksi.

- **Simulasi (*Simulation*)**

Sebuah simulasi interaksi di media sosial dapat dikatakan mirip dengan realita. Namun, hal itu terkadang bisa berbeda. Contohnya di media sosial membuat siapapun untuk berperan menjadi siapa saja atau pemalsuan identitas.

- **Konten oleh Pengguna (*User Generated Content*)**

Konten di media sosial sepenuhnya milik pengguna akun. Setiap pemilik akun bebas untuk *upload* konten apapun melalui akun yang dimilikinya.

- **Penyebaran (*Share/Sharing*)**

Siapapun yang bermain media sosial, secara bebas dapat menyebarkan sebuah konten atau informasi ke orang lain. *Sharing* juga merupakan karakter lain dari media sosial.

Dalam penggunaan media sosial terdapat kelebihan serta kekurangan. Kelebihan umum yang dapat dirasakan diantaranya adalah:

- **Gratis:** Media sosial dapat digunakan secara gratis, dimana media sosial bisa digunakan dimanapun dan kapanpun. Hanya dengan mengunduh di perangkat pribadi dan membuat akun, semua orang bisa menggunakan media sosial.
- **Akses yang mudah:** Media sosial yang sudah banyak digunakan oleh orang-orang saat ini sangat mudah digunakan. Dengan tampilan yang mudah dan simpel membuat semua kalangan usia bisa memainkannya. Hal simpel yang bisa dilakukan adalah meunggah sebuah foto atau video, penyebaran informasi dan lainnya.
- **Berkarya:** Pada era digital seperti saat ini, banyak orang memanfaatkan waktu dan momentum untuk berkarya dengan media sosial. Mereka bebas berkarya dengan hal-hal positif ataupun unik untuk menyalurkan bakat atau kelebihan yang mereka miliki. Dengan banyaknya fitur yang disediakan oleh aplikasi, dapat memudahkan mereka dalam membuat konten.
- **Jangkauan Luas:** Dalam penggunaan media sosial ternyata memudahkan orang-orang untuk menjangkau orang lain karena jangkauan yang dimiliki sangat luas.
- **Media Pendidikan:** Para pelajar menggunakan media sosial untuk melakukan pembelajaran dengan memanfaatkan kecanggihan yang dimiliki media sosial
- **Media Bisnis:** Media sosial dipercaya membantu para pelaku bisnis dalam penjualan mereka. Satu per satu beralih memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi sehingga produk mereka lebih dikenal oleh orang tentunya dengan strategi marketing mereka masing-masing sesuai dengan pasar.

Sementara itu, kekurangan yang dimiliki dalam penggunaan media sosial adalah:

- **Penyalahgunaan:** Media sosial seringkali ditemukan atau dipergunakan ke hal yang tidak seharusnya. Seperti hal-hal yang negatif ataupun sesuatu yang dapat merugikan orang lain. Contohnya seperti tindakan kriminal yang paling sering ditemukan adalah penipuan online dengan berkedok pertemanan dengan memiliki maksud dan tujuan tertentu.
- **Situs yang tidak sepatutnya:** Dengan mudahnya situs-situs yang ada untuk diakses, sering bermunculan situs pornografi ataupun situs judi *online*. Tanpa adanya pengawasan dari orang tua, anak remaja sekarang dengan mudahnya mengakses situs-situs seperti itu yang membuat rusak moral anak.
- **Kecanduan:** Sesuatu hal yang berlebihan juga dapat merugikan diri kita, sama halnya seperti bermain media sosial. Kecanduan bisa membuat kita lupa diri, lupa waktu dan bahkan membuat kita tidak peduli dengan sekitar. Hal kecil yang sudah termasuk kedalam kategori kecanduan adalah seseorang memulai harinya dengan selalu mengecek *handphone* mereka untuk bermain media sosial.
- **Diluar kendali:** Karena luasnya jangkauan dalam bermain media sosial, membuat orang-orang dengan bebasnya berkomentar akan sebuah informasi atau konten. Dari berkomentar hal positif bersifat mendukung hingga hal negatif seperti menjatuhkan atau merugikan orang lain. Komentar negatif terkadang bisa secara tidak langsung menyinggung atau menyakiti hati orang yang bersangkutan. Maka dari itu, bijaklah dalam berkomentar.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2.6 Instagram

Instagram adalah sebuah layanan jejaring sosial pada selular online yang membuat pengguna untuk mengambil foto dan video kemudian menyebarkan ke media sosial lainnya (Quesenberry, 2016). Hingga saat ini sudah banyak fitur Instagram yang bisa digunakan untuk kebutuhan kehidupan orang-orang di media sosial.

Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z di Indonesia menurut data dari (databoks.katadata.co.id) tahun 2021. Dengan tingginya penggunaan Instagram dimana media sosial tersebut adalah sebagai platform bagi orang-orang untuk berkomunikasi, banyak sekali informasi yang bisa didapatkan. Selain itu, banyak juga yang memanfaatkan media sosial sebagai tempat bercerita atau yang saat ini dikenal dengan 'curhat'.

Mulai dari soal kehidupan, pendidikan, pengalaman hingga percintaan. Dengan kekuatan teknologi yang sudah semakin cepat, penyebaran informasi dan video yang dengan mudahnya disebarkan oleh orang membuat semakin banyak video-video seperti itu muncul di Instagram.

Menurut Kennedy (2017, p. 54) Instagram digunakan oleh beberapa orang untuk *mengupload* foto pribadi selain itu juga bisa dimanfaatkan sebagai tempat bisnis karena banyaknya pengguna aktif. Instagram bisa menjadi wadah bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan exposure, apalagi jika konten yang dibuat bisa viral.

Instagram memiliki sebuah fitur yang membuatnya populer yaitu filter. Filter merupakan sebuah alat yang membuat pengguna menambahkan filter virtual guna mempercantik foto yang mereka ambil, dikarenakan tidak semua orang dapat mengambil gambar secara profesional. Menambahkan filter pada foto membantu pengguna dapat membagikan foto mereka dengan tampilan yang terlihat lebih bagus (Diamond, 2015).

Selain itu Instagram juga memiliki fitur-fitur lain seperti:

a) Upload foto dan video

Fitur *upload* foto dan video merupakan salah satu fitur utama yang dimiliki oleh Instagram. Ketika mengupload sebuah foto atau video, nantinya akan muncul pada halaman utama *followers*. Pengguna bebas mengupload foto yang sudah diambil dari kamera hp ataupun kamera langsung yang tersedia di Instagram. Sebelum diupload foto atau video bisa diedit dengan efek yang telah disediakan pada fitur yang ada. Pengguna dapat mengupload foto atau video lebih dari satu dalam satu postingan.

b) Caption

Caption merupakan sebuah tulisan yang dibuat untuk mengartikan sebuah gambar ataupun video yang akan diunggah dan berkaitan. Sebuah tulisan dapat mengubah arti dari gambar atau video yang diunggah, selain itu juga bisa menarik perhatian *followers*.

c) Comment

Fitur berkomentar dapat terlihat di bagian bawah sebuah postingan foto atau video. Tujuannya adalah siapa saja dapat berkomentar di kolom tersebut. Selain itu tanda @ juga bisa digunakan untuk memasukkan nama teman pada komentar tersebut sehingga konten tersebut juga bisa dilihat oleh pengguna.

d) Hashtags

Tanda pagar atau biasa dikenal sebagai *hashtag* pada Instagram membantu pengguna untuk mengategorikan sebuah unggahan agar pengguna lain atau siapa saja bisa menemukan foto yang sesuai dengan nama pada *hashtag* yang diberikan.

e) Like

Setiap pengguna Instagram dapat menggunakan fitur tersebut, fitur ini bisa digunakan pada saat pengguna merasa tertarik dan suka terhadap sebuah unggahan foto ataupun video. Menekan *emoticon* berbentuk hati, sebagai bentuk apresiasi kepada orang yang mengunggah foto ataupun video.

f) Explore

Fitur *explore* menjadi fitur utama lainnya yang membuat pengguna untuk melihat foto atau video dari akun orang lain yang terkenal. Biasanya di fitur *explore* akan mengikuti algoritma setiap pengguna, sesuai dengan apa yang disukai.

g) Instagram Story

Fitur Instagram *story* adalah sebuah fitur yang bisa digunakan oleh pengguna untuk mengunggah sebuah foto ataupun video berdurasi 15 detik. Namun, fitur ini berbeda dengan mengunggah foto atau video dari biasanya karena hanya bertahan selama 24 jam saja. Penggunaan Instagram *story* ini banyak digunakan karena banyak filter dan fitur yang bisa digunakan untuk membuat postingan menjadi semakin lebih menarik.

h) Live Instagram

Fitur *live* Instagram ini memungkinkan seluruh pengguna untuk melakukan siaran langsung. Pada saat melakukan siaran langsung, sebuah notifikasi akan muncul pada hp *followers* untuk memberitahu bahwa pengguna tersebut sedang melakukan *live* Instagram. Pengguna lain yang menonton *live* tersebut bisa memberikan *love* dengan cara mengetuk layar 2 kali ataupun berkomentar untuk berkomunikasi dengan pengguna yang melakukan *live*.

i) *Direct Messages*

Fitur *Direct Messages* ini berfungsi untuk pengguna bisa mengirimkan pesan kepada orang lain layaknya seperti aplikasi *chatting*. Mengirimkan pesan bisa dilakukan secara pribadi ataupun membuat sebuah grup. Selain mengirimkan pesan, pengguna dapat mengirimkan foto, video ataupun postingan orang lain.

j) *Archive*

Fitur *Archive* atau penyimpanan berfungsi untuk pengguna bisa melihat kembali atau menyimpan foto atau video yang telah diunggah untuk koleksi pribadi. Fitur bernama *Saved Post* bertujuan untuk menyimpan foto atau video yang ingin disimpan untuk koleksi pribadi. Siapapun bisa menyimpan foto atau video yang diunggah oleh orang lain, akan tetapi akun tersebut harus tidak di kunci agar pengguna lain bisa menyimpan postingan tersebut.

k) *Tag Lokasi*

Fitur memasukkan lokasi pada sebuah foto atau video yang akan diunggah pada *story* atau *feeds* memiliki tujuan untuk memberikat keterangan agar *followers* atau siapapun bisa mengetahui tempat yang terkait.

U M N

U N I V E R S I T A S

M U L T I M E D I A

N U S A N T A R A