

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna sebagai media pendukung dalam melakukan suatu penelitian. Untuk memperkuat penelitian yang dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu berkaitan dengan riset dalam penelitian ini terangkum dalam penjelasan sebagai berikut:

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Nugroho tahun 2018 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur”. Skripsi dengan judul Respon Netizen di Surabaya terhadap Tayangan Bersponsor Instagram: Studi Deskriptif Kualitatif Respon Netizen di Surabaya Terhadap Tayangan Bersponsor Instagram). Tujuan dari penelitian ini untuk melihat permasalahan mengenai respons penerimaan yang ditunjukkan netizen ketika melihat tayangan bersponsor di Instagram karena tidak semua netizen menunjukkan respons positif terhadap tayangan iklan bersponsor yang ditawarkan Instagram.

Teori yang digunakan yaitu teori respon. Peneliti menggunakan teori ini dengan tujuan membandingkan kondisi *riil* di lapangan dengan memperoleh pendapat-pendapat netizen yang berdomisili di Surabaya, Jawa Timur sebagai pengguna Instagram serta mengetahui bentuk respons netizen.

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendapatkan informasi mengenai berbagai kondisi yang bersifat tanggapan dan pandangan. Hasil analisis data didapat dari wawancara mendalam yang dikategorikan berdasarkan efek kognitif, afektif, dan behavioral.

Penelitian Kedua yang dilakukan oleh Wibowo dan Elvianti tahun 2021 mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Syaikh Abdurrahman Siddiq Bangka Belitung. Jurnal dengan judul Konteks Komunikasi Netizen Di Media Sosial: Studi Analisis Isi Komunikasi Terhadap Perilaku Bermedia Netizen

di Akun Instagram Jokowi. Tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan konteks komunikasi dan perilaku media netizen pada akun Instagram Jokowi. Dengan latar belakang tingginya partisipasi netizen dalam menanggapi status dan postingan di akun Instagram Jokowi serta munculnya variasi komentar netizen berupa dukungan dan ujaran kebencian.

Peneliti memberikan hasil observasi pada akun media Instagram Jokowi, pada 2020 terdapat 296 postingan terkait Covid-19 dengan berbagai komentar-komentar mulai dari tanggapan positif hingga tanggapan netizen dengankata-kata yang tidak baik sehingga menimbulkan beragam etika dalam berkomunikasi.

Penelitian ini menggunakan konsep konteks komunikasi. Konsep ini berfokus pada etika komunikasi dengan manfaat sebagai lancarnya komunikasi dengan orang lain, memahami pesan yang disampaikan, mentaati etika yang menghasilkan hubungan antar sesama, apalagi dalam ruang lingkup bersosialmedia. Peneliti mengelompokkan komentar-komentar netizen dalam dua kategori yaitu *bad group* yang berisikan komentar negatif dan *good group* yaitu netizen yang memberikan respon atau komentar positif, seperti memberikan dukungan.

Penelitian Ketiga yang dilakukan oleh El Faruqi Setiawan Saifa tahun 2021 mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan dengan skripsi yang berjudul 'Bentuk-Bentuk *Cyberbullying* Pengguna Second account Instagram Kepada Influencer (*Analisis Isi Kualitatif Bentuk Komentar Menggunakan Second account*). Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk menjelaskan dan mengidentifikasi bentuk-bentuk *cyberbullying* pada pengguna *second account* Instagram pada saat memberikan komentar kepada seorang influencer atau publik figur. Menurut hasil observasi pada informan yang dipilih, para pemilik *second account* sangat mudah untuk berperilaku agresif yang dapat dilihat dari bentuk komentar yang dilakukan oleh pemilik akun meliputi makian dengan menggunakan kata-kata kasar, memberikan kritikan dan sindiran, menyebutkan kekurangan dan mengungkapkan ketidaksukaan atas konten atau pribadi influencer. Penelitian ini menggunakan teori dramaturgi pada media sosial dalam penggunaan akun utama

dan *second account* yang dicatat antara lain: yang pertama kontrasnya bentuk komentar pemilik akun pada akun utama yang berupaya mendapatkan kesan baik dengan berkomentar positif. Sedangkan pada *second account* pemilik akun berani berkomentar negatif dengan kata-kata kasar yang menunjukkan pemanfaatan akun tersebut dalam melakukan tindakan *cyberbullying*.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori post-positivisme untuk melihat bagaimana para pengguna *second account* melakukan sebuah tindakan *cyberbullying*. Unit analisis dilakukan dengan pemilihan informan yaitu remaja berusia 16-25 tahun, pengguna aktif *second account* dan pernah melakukan *cyberbullying* menggunakan *second account* pada unggahan influencer. Hasil pada penelitian ini menunjukkan kontrasnya bentuk komentar seseorang ketika menggunakan akun utama dan akun kedua (*second account*) dengan melihat jenis-jenis *cyberbullying* yang digunakan oleh pengguna akun kedua tersebut yaitu dalam bentuk *harassment, denigration, pseudonyms, called name, threatened physical harm* dan *opinion slammed*. Fenomena *second account* berasal dari maraknya pengguna Instagram yang merupakan singkatan dari kata fake dan Instagram yang peneliti ambil melalui komentar dari Instagram dari seorang influencer atau publik figur.

Penelitian Keempat yang dilakukan oleh Subba Rajib dan Tung Bui tahun 2017 dengan jurnal yang berjudul *Online Convergence Behavior, Social Media Communications and Crisis Response: An Empirical Study of the 2015 Nepal Earthquake Police Twitter Project*. Penelitian ini bertujuan untuk mengategorikan interaksi publik, reaksi terhadap pesan-pesan yang ada di media sosial yang dijalankan oleh otoritas publik atau organisasi kepolisian pada tahun 2015 di negara Nepal. Dalam jurnal ini penulis melaporkan temuan studi empiris dari berbagai jenis komunikasi media sosial antara ‘otoritas yang bertanggung jawab pada badan layanan darurat’ dan ‘wartawan’. Selain itu, dalam artikel ini penulis memandang netizen sebagai pengguna daring yang menghargai nilai komunikasi publik dalam mendukung kerja kolaboratif.

Penulis berupaya menganalisis sifat komunikasi menggunakan tipologi komunikasi dalam konteks perilaku pada situasi kehidupan nyata, di mana media sosial khususnya Twitter digunakan oleh masyarakat yang secara geografis mungkin saling mengenal atau tidak serta memiliki profil nyata atau anonym. Penulis juga mengeksplorasi bagaimana media sosial dapat digunakan dalam respon krisis oleh organisasi layanan darurat.

Penelitian ini menggunakan teori *The Situation Crisis Communication*, teori ini menggarisbawahi pentingnya konteks dan identitas dalam interaksi masyarakat dengan mempertimbangkan berbagai jenis perilaku konvergensi dan gaya komunikasi. Hasil analisis penggunaan media sosial Twitter sebagai platform komunikasi yang efektif antara masyarakat umum dan otoritas publik.

Penelitian Kelima yang dilakukan Murimo (Mangosuthu University of Technology), Oswelled Ureke (Midlands State University Media and Society Studies Departements), Tariral Chani tahun 2021 dengan jurnal yang berjudul *Social Media and the COVID-19: South African and Zimbabwean Netizens' Response to a Pandemic*. Jurnal ini menggambarkan kondisi sejak akhir tahun 2019 yaitu dunia menghadapi krisis kesehatan berupa pandemic Covid-19. Dalam upaya tersebut pemerintah menerapkan aturan membatasi perjalanan lokal dan internasional serta memerintahkan masyarakat untuk tetap di dalam rumah. Dengan mempertimbangkan dampak sosial dan ekonomi dari pembatasan tersebut maka peneliti meneliti persepsi netizen mengenai berbagai upaya yang diambil dengan media sosial sebagai pemanfaatan untuk berbagi ide dan pendapat.

Penelitian ini menggunakan teori *public digital* sebagian data dinilai tidak terstruktur dan sulit untuk diolah. Studi ini menerapkan algoritma *the latent dirichlet allocation (LDA)* pada data Twitter untuk memperoleh topik yang dibahas oleh netizen dari Zimbabwe dan Afrika Selatan, studi ini juga meneliti opini publik dengan menganalisis bagaimana masyarakat mendiskusikan isu seputar pandemi Covid-19 di media sosial.

Berdasarkan analisis dari lima penelitian terdahulu yang menjadi referensi. Terdapat celah penelitian yaitu masih sedikitnya jurnal atau penelitian mengenai

penggunaan analisis isi dalam menganalisis komentar netizen di media sosial. Oleh karena itu, peneliti ingin memfokuskan penelitian menggunakan Analisis Isi serta konsep sikap dan pendapat pada pemberitaan di media sosial terhadap komentar netizen

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul	Teori dan Konsep	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Respons Netizen di Surabaya Terhadap Tayangan Bersponsor Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Respon Netizen di Surabaya Terhadap Tayangan Bersponsor Instagram) Oleh: Dwi Diky Nugroho tahun 2018, UPN Jawa Timur	Teori Respon, Netizen	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini berdasarkan analisis data yang didapat dari wawancara mendalam (<i>dept interview</i>) informan yang dilakukan peneliti selama di lapangan. Hasil analisa yang peneliti dapatkan mengenai mengenai respon penerimaan yang ditunjukkan netizen ketika melihat tayangan bersponsor di Instagram adalah dengan mengetahui respon penerimaan berdasarkan efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral.
2	Konteks Komunikasi Netizen Di Media Sosial (Studi Analisis Isi Komunikasi Terhadap Perilaku Bermedia Netizen di Akun Instagram Jokowi) Oleh: Elvianti dan Ari Wibowo tahun 2021, IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung	Analisis Isi, Netizen, Konteks Komunikasi, Netiquette	Kualitatif	Hasil penelitian dan temuan data pada etika komunikasi netizen di era Covid-19 diantaranya yaitu, informasi yang diberikan pada akun Jokowi merupakan sebuah informasi yang dibutuhkan oleh banyak orang sebagai bentuk komunikasi , kedua netizen harus memiliki etika komunikasi yang dikaitkan dengan metode etnografi di mana semua tanggapan dari netizen terkait dengan isu atau informasi Covid-19 dapat dipertanggungjawabkan, ketiga media sosial merupakan sarana yang sangat populer untuk dikuasai oleh netizen terutama akun Instagram yang di mana mereka bebas berkomentar, terakhir informasi yang dibagikan di akun Jokowi merupakan informasi yang disampaikan secara tidak langsung dan memanfaatkan mediasosialnya sebagai bentuk komunikasi kepada masyarakat Indonesia.

3	<p>'Bentuk-Bentuk Cyberbullying Pengguna Second account Instagram Kepada Influencer (Analisis Isi Kualitatif Bentuk Komentar Menggunakan Second account). Oleh: El Faruqi Setiawan Saifa tahun 2021 mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya</p>	<p><i>Cyberbullying, Media Sosial Second Account Instagram, Teori Dramaturgi</i></p>	<p>Analisis Isi</p>	<p>Hasil pada penelitian ini menunjukkan kontrasnya bentuk komentar seseorang ketika menggunakan akun utama dan akun kedua (second account) dengan melihat jenis-jenis cyberbullying yang digunakan oleh pengguna akun kedua tersebut yaitu dalam bentuk <i>harassment, denigration, pseudonyms, called name, threatened physical harm</i> dan <i>opinion slammed</i>. Fenomena second account berasal dari maraknya pengguna Instagram yang merupakan singkatan dari kata fake dan Instagram yang peneliti ambil melalui komentar dari Instagram dari seorang influencer atau publik figur.</p>
4	<p><i>Online Convergence Behavior, Social Media Communications and Crisis Response: An Empirical Study of the 2015 Nepal Earthquake Police Twitter Project</i> Oleh: Subba Rajib dan Bui Tung tahun 2017</p>	<p><i>Social Media, Crisis Response, Convergence Behaviors, dan Situation Crisis Communication Theory (SCCT)</i></p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini yaitu analisis penggunaan Twitter oleh National Police of Nepal tahun 2015 menunjukkan bahwa Twitter sebagai platform media sosial yang populer dan dapat digunakan sebagai platform komunikasi dan kolaborasi yang efektif antara otoritas publik dan masyarakat umum. Pertukaran informasi membantu membangun hubungan kolaboratif antara sesama pengikut dengan admin Twitter.</p>
5	<p><i>Social Media and the COVID-19: South African and Zimbabwean Netizens' Response to a Pandemic</i> Oleh: Murimo (Mangosuthu University of Technology), Oswelled Ureke (Midlands State University Media and Society Studies Departemens), Tariral Chani tahun 2021</p>	<p><i>Digital Public Sphere Theory, Netizen Response, Natural Language Processing, Health Crises</i></p>	<p>Mixed Methods</p>	<p>Hasil studi pada penelitian ini yaitu berlabuh pada teori ruang publik digital, yang memperlakukan aplikasi media sosial sebagai platform virtual di mana netizen berkomunikasi untuk berbagi ide dan berdebat mengenai isu-isu yang mempengaruhi mereka. Terdapat bukti bahwa media sosial digunakan dengan tujuan menyebarkan teori konspirasi hari kiamat dan melacak penyebaran penyakit sehingga peneliti menganalisis bagaimana netizen menanggapi informasi tersebut.</p>

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

Kerangka Teori atau konsep merupakan upaya peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian secara teoretik. Pembahasan teori mencakup asumsi dasar, esensi teori, dan aplikasi teori dalam penelitian. Peneliti menjelaskan penggunaan teori dan konsep yang dipaparkan dalam konteks penelitian yang sedang dilakukan.

2.2.1 Sikap

Sikap merupakan sebuah sudut pandang atau perasaan seseorang mengenai suatu objek yang dilihatnya. Dengan adanya sikap, seseorang dapat mengetahui sebuah reaksi terhadap kehidupan sosialnya. (Wawan & Dewi, 2011) dalam (Zulmiyetri, 2019) mengatakan sikap merupakan konsep yang krusial dalam membahas komponen sikap baik secara individu atau kelompok.

(Baron & Byrne, 1984) dalam (Liliweri, 2011) mendeskripsikan sikap sebagai gabungan antara perasaan, keyakinan, dan kecenderungan sebuah perilaku seseorang yang ditujukan kepada objek atau kelompok tertentu.

Adapun Sheriff (1956) dalam (Rahman, 2013) menafsirkan sikap ke dalam beberapa hal sebagai berikut:

1. Sikap merupakan kecenderungan melakukan tindakan, memberikan tanggapan, berpikir, dan merasakan pada saat menghadapi objek berupa seseorang, benda, situasi, dan kelompok, mempunyai sebuah ide, dan berada dalam posisi tertentu. Sikap tidak akan ada tanpa adanya kata “terhadap” pada sebuah objek. Oleh karena itu pada saat seseorang memberikan sebuah sikap misalnya sikap negatif terhadap suatu objek maka sudah seharusnya sikap negatif tersebut tertuju kepada objek tersebut.

2. Sikap mempunyai motivasi. Sikap bukan hanya sekadar jejak masa lalu, melainkan menjadi sebuah arah untuk seseorang apakah harus setuju atau tidak terhadap suatu objek yang ada.
3. Sikap mengandung aspek senang dan tidak senang yang didefinisikan seperti sikap yang disukai seseorang dan sikap yang tidak disukai seseorang.
4. Sikap merupakan sebuah hasil dari pengalaman seseorang, tidak timbul saat ia lahir melainkan terjadi pada saat seseorang mendapatkan pelajaran. Oleh karena itu, sikap dipertentangkan dalam komponen sikap tersebut seperti aspek kognitif, afektif, dan konatif.

Menurut Notoatmodjo (2010) sikap merupakan sebuah respons dari seseorang yang tidak terlihat atau tertutup terhadap stimulus atau objek yang mengaitkan faktor pendapat dan faktor emosional yang saling berkaitan (senang dan tidak senang, setuju dan tidak setuju, dll). Sikap tidak bisa dilihat secara langsung, akan tetapi bisa diartikan (Notoatmodjo, 2010).

(Notoatmodjo, 2010) memilah sikap kedalam beberapa tingkatan, yakni:

1. Menerima, yang berarti seseorang ingin mengamati stimulus yang ada
2. Merespons, yang berarti usaha seseorang dalam menjawab pertanyaan atau melaksanakan perintah yang diberikan
3. Menghargai, yang berarti menganjurkan orang lain untuk mengusahakan atau mengulas suatu permasalahan
4. Bertanggung jawab, mempunyai sikap tanggung jawab terhadap sesuatu yang sudah dipilih dan menerima apapun akibatnya.

Contoh kalimat sikap penerimaan yaitu, “saya setuju dengan pendapat bapak tadi, bahwa kita harus memulai dari diri kita sendiri”,

“setuju”, “sependapat”, “ini bagus sekali”, “benar”, dll (roboguru.ruangguru.com, 2021, para. 4).

Menurut Kartomihardjo (1990) yang dikutip dari (Nabilah, n.d.) menyatakan bahwa sikap penolakan memberikan pernyataan dalam bentuk verbal atau nonverbal untuk tidak menerima atau tidak menyetujui suatu objek. Kartomihardjo (1990) membagi bentuk-bentuk penolakan kedalam tujuh bentuk adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan kata “tidak” atau turunannya
2. Memberikan alasan penolakan
3. Menggunakan syarat atau kondisi sebagai pengganti penolakan
4. Penggunaan saran atau pilihan lain
5. Penggunaan ungkapan terima kasih sebagai bentuk dari sikap penolakan
6. Penggunaan komentar sebagai penolakan sebagai objek
7. Penggunaan isyarat atau penolakan nonverbal.

Bentuk penolakan yang digunakan oleh seseorang tidak hanya dengan kata “tidak” saja. Pemberian bentuk penolakan selain menggunakan kata “tidak” digunakan seseorang dengan menggunakan kalimat tersirat (Nabilah, n.d., p. 10-11). Contoh kalimat sikap penolakan yaitu, “maaf, saya kurang sependapat dengan apa yang Bapak sampaikan mengenai “profesi penulisan” karena saya belum yakin bahwa dengan menulis kita dapat hidup layak” (roboguru.ruangguru.com, 2021, para. 4).

(Notoatmodjo, 2010) juga menuliskan faktor-faktor yang dapat memikat sikap adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman pribadi seseorang, yaitu sikap akan terbentuk apabila pengalaman pribadi seseorang pada situasi tertentu mengaitkannya dengan faktor emosional
2. Pengaruh kebudayaan, yaitu menumbuhkan pengaruh sikap terhadap suatu permasalahan yang ada di lingkungan seseorang
3. Media massa, yaitu media berperan penting terhadap sikap

seseorang pada berita yang bersifat faktual yang dikemas secara objektif.

4. Faktor emosional, sikap timbul dari pernyataan seseorang berdasarkan emosi yang berguna untuk menyalurkan ego seseorang.

Sikap memiliki tiga komponen yang membentuk sikap itu terjadi. Tiga komponen tersebut dibagi menjadi komponen *kognitif*, berkaitan dengan pesan, informasi, dan atau pengetahuan yang telah diberikan media massa pada khalayak. Biasanya berupa data atau gambaran dari suatu benda, seseorang, dan media. Efek kognitif dalam hal ini dipahami sebagai suatu kepercayaan terhadap apa yang disajikan. Kedua, *afektif* yang berkaitan dengan sebuah perasaan atau rangsangan emosional yang dialami oleh seseorang setelah mendapatkan sebuah pesan. Dalam hal ini perasaan yang dimaksud adalah rasa yang timbul oleh respons otak, respons tubuh, dan respons perilaku terhadap objek yang dilihatnya. Ketiga, *konatif* yaitu berkaitan dengan perilaku atau tindakan yang ingin dilakukan seseorang setelah mendapatkan sebuah pesan berupa gambaran perilaku seperti kecenderungan melakukan suatu hal, atau sebuah tindakan mengikuti objek yang dilihatnya (Bimo, 2017, p. 50).

Peneliti menyimpulkan sikap merupakan hal untuk mempelajari kecenderungan seseorang dalam memberikan tanggapan terhadap sesuatu objek atau peristiwa yang disukai atau tidak disukai.

2.2.2 Pendapat

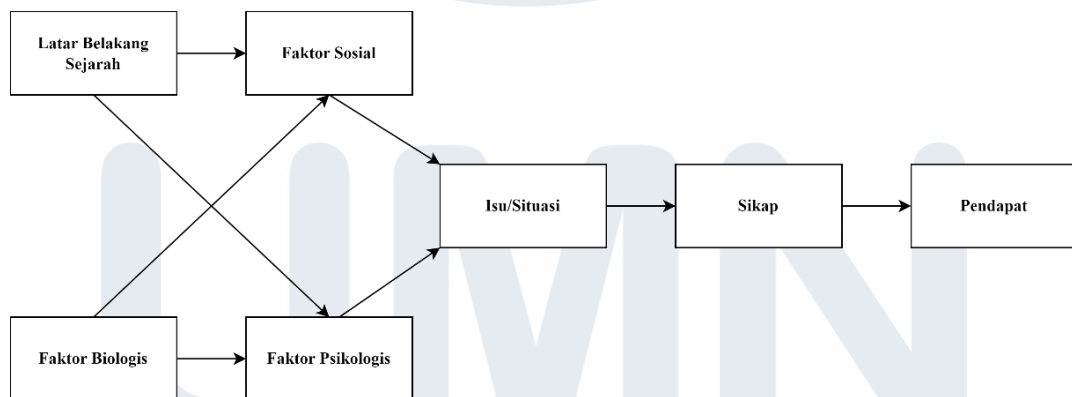
Indonesia menjadi salah satu negara yang mengemban praktik demokrasi, yang berarti memberi kebebasan kepada masyarakatnya untuk bebas memberikan pendapatnya. Pendapat berarti pikiran atau pendirian seseorang. Istilah pendapat atau yang sering disebut opini berasal dari bahasa latin yaitu *opinari* yang mempunyai arti berpikir atau menduga. Dalam bahasa Inggris opini berarti *opinion* berkenaan dengan kata *option* dan *hope* yang berasal dari bahasa latin yaitu *optio* yang artinya yaitu pilihan atau harapan (Mulyadi, 2019).

Pendapat bisa berkembang secara komprehensif. Untuk dapat dikatakan sebagai pendapat, terdapat beberapa ketentuan yaitu waktu, ramai di masyarakat, pengalaman seseorang, media massa. Menurut Effendi dalam (Sugianto, 2017, p.4) pendapat tidak memiliki tingkatan akan tetapi memiliki arah, yaitu sebagai berikut:

1. Positif, apabila pendapat yang dihasilkan dalam bentuk eksplisit dan implisit yang mendukung objek pendapat (individu setuju).
2. Negatif, jika pendapat yang dihasilkan dalam bentuk eksplisit dan implisit dengan menolak atau mencela objek (individu tidak setuju)
3. Netral, jika pendapat yang dihasilkan tidak objektif atau pernyataan ragu-ragu.

Proses terbentuknya pendapat seseorang digambarkan oleh Cangara (2018).

Gambar 2.1 Mekanisme Terbentuknya Pendapat



Sumber: Hafied Cangara (2018)

Dari bagan di atas dapat diketahui mekanisme proses ketika seseorang akan menyatakan pendapatnya. Pada proses awal yaitu latar belakang sejarah yang hanya mempengaruhi sifat dan psikologi seseorang dilanjutkan dengan faktor biologis yang membedakan antara laki-laki dan

perempuan dalam memberikan sikap yaitu perempuan dianggap bersifat defensif dan kurang agresif yang menuntun dalam bersikap dan memberi pendapat dengan kecenderungan mencari aman terhadap sesuatu peristiwa. Pada faktor sosial, pendidikan, serta kekayaan seseorang dapat berpengaruh terhadap pendapat yang diberikan serta isu dan situasi yang menjadi faktor lain dalam mempengaruhi sikap dan pendapat seperti isu kesehatan mental yang akan menarik perhatian anak muda yang memberikan pendapatnya karena pengalaman yang dialami. Proses terakhir yaitu sikap terhadap suatu objek atau isu yang kemudian berubah menjadi pendapat yang diberikan dan dipengaruhi oleh pengetahuan, budaya, dan kepercayaan yang dipegang seseorang.

2.2.3 Stimulus-Respons

Teori stimulus-respons merupakan model klasik komunikasi yang memiliki objek yaitu manusia baik menurut ilmu psikologi maupun komunikasi (Sholiha, 2020, para. 1). Teori ini lahir dan dipakai pada tahun 1930 an yang dipelopori oleh cendekiawan Rusia bernama Ivan P. Pavlov (1849-1936) yang merupakan seorang pakar dalam bidang fisiologi, khususnya fisiologi pencernaan. Dasar daripada teori ini adalah terdapatnya asumsi bahwa alasan terdapatnya perubahan sikap tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme sebagai prinsip-prinsip komunikasi (Setiawan, 2017, para. 4)

Umumnya respons diartikan sebagai hasil atau kesan dari pengamatan peristiwa atau hubungan dengan cara menyimpulkan informasi dan menganalisis pesan-pesan. Sedangkan sikap merupakan bentuk reaksi yang tertutup (*convert respons*) yang bersifat emosional dan pribadi, merupakan kecenderungan untuk memberikan reaksi yang positif atau negatif terhadap objek atau situasi tertentu. Pertama yaitu respons positif di mana masyarakat menanggapi suatu hal secara antusias dan memberikan dukungan, kedua yaitu respons negatif yang muncul dengan kecenderungan untuk menjauhi objek dan tidak mendukung suatu kejadian

(Sarwono, 2016, p. 49) Pada bentuk respons tersebut terdapat faktor yang membentuknya, seperti faktor internal dan faktor eksternal.

Terdapat dua pemikiran yang menjadi dasar dari teori stimulus-respons yaitu: (Daryanto, 2014)

1. Representasi masyarakat modern yang merupakan individu dengan bertindak berdasarkan kepentingan pribadi dan tidak terlalu mempengaruhi permasalahan dan ikatan sosial
2. Pandangan yang berpengaruh terhadap media massa seolah-olah sedang melakukan mobilisasi perilaku sesuai dengan tujuan dari berbagai kekuatan di masyarakat.

Pada pemikiran di atas dapat dikenal sebagai masyarakat massa, prinsip stimulus-respons pun memberikan pendapat bahwa informasi dibuat oleh media dan diunggah secara sistematis dan dengan skala yang besar. Sehingga pesan didapat secara menyeluruh dan individu yang menerima akan menghasilkan respon pada pesan (stimulus).

Pada tahun 1970, Melvin DeFleur melakukan merancang ulang teori stimulus-respons dengan teorinya yang dikenal sebagai perbedaan individu dalam komunikasi massa. Teori tersebut mengasumsikan terhadap pesan-pesan media berisi stimulus (pesan) akan menghasilkan interaksi secara beragam dengan karakteristik yang berbeda juga.

2.2.4 Netizen

Netizen adalah seorang yang mengakses internet selama kurang lebih tiga jam sampai empat jam sehari dengan berbagai gadget. Mulai dari PC, Laptop, hingga ponsel (Hassanudin, 2012, p. 233). Istilah netizen muncul ketika internet mulai naik daun di pertengahan 1990-an, salah satu pelopor Internet Michael F. Hauben menuliskan ditulisannya *The Net and Netizen: The Impact The Net Has On People's Lives* (Aktas, 2017, p. 2).

"Selamat datang di abad ke-21. Anda adalah Netizen (seorang penduduk Net) dan anda hadir sebagai warga di dunia ini,

semuaarena konektivitas global yang bisa diwujudkan oleh Net. Anda memandang semua orang sebagai warga senegara anda. Secara fisik mungkin anda sedang hidup disatu negara, tapi anda sedang berhubungan dengan sebagian besar dunia melalui jaringan komputer global. Secara virtual, anda hidup bersebelahan dengan setiap Netizen di seluruh dunia. Perpisahan secara geografis sekarang diganti dengan keberadaan di dunia virtual yang sama".

Dari tulisan di atas, kita dapat mengetahui bahwa Internet dan jaringan-jaringan komputer bekerja menghapus keterbatasan jarak dan waktu pada penggunaannya. Peran netizen di Internet, khususnya di Indonesia memiliki peran dengan tujuan yang berbeda-beda seperti berkomunikasi, hingga berbagi informasi kepada netizen lainnya (Pengertian Netter, Apa Bedanya dengan Netizen - *Takatik.com*, 2016, para. 5).

2.2.5 Media Baru

Istilah media baru muncul di akhir 1990-an. Dunia media dan komunikasi dimulai dengan melihat sedikit perbedaan, dan perbedaan tersebut tidak terbatas pada salah satu sektor atau elemen dunia, meskipun waktu dari setiap perubahan pasti berbeda dari satu media ke media lainnya. Dalam penjelasan ini, adanya media baru dianggap sebagai suatu fenomena, yang masih dilihat sebagai bagian yang lebih besar dari sosial, teknologi, dan perubahan budaya di masyarakat. Ringkasnya sebagai bagian dari *technoculture* baru. Media baru, atau bentuk informasi digital, memiliki karakteristik sebagai berikut (Flew, 2014, Hal. 3).

1. Mudah dimanipulasi (*manipulable*). Informasi digital mudah berubah-ubah dan mudah beradaptasi, baik di setiap kreasi, penyimpanan, pengiriman, ataupun penggunaan.
2. *Networkable*. Informasi digital dapat dibagikan dan ditukar dengan banyak pengguna sekaligus, bahkan melintasi jarak yang besar sekalipun.

3. Bersifat padat (*dense*). Informasi digital dengan jumlah yang sangat besar dapat disimpan di sebuah tempat kecil berbentuk fisik (*USB Flash disk*) atau di dalam sebuah server jaringan.
4. Media baru bersifat *compressible*. Artinya jumlah kapasitas dari sebuah informasi digital dapat dikurangi dan dikompres. Misalnya, konten-konten yang diunggah pada media sosial dapat diperkecil ukurannya.
5. Bersifat Imparsial (tidak memihak). Informasi digital seperti konten yang dilakukan melalui jaringan internet bersifat tidak memihak kepada siapapun, tidak peduli terhadap yang memiliki, menciptakan, ataupun bagaimana cara menggunakannya.

Selain karakteristik media baru, terdapat karakteristik dari audiens media baru yang memiliki perbedaan dari audiens media konvensional atau media lama. Perbedaan dari kedua audiens dapat dikategorikan dalam berbagai spesifikasi yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.3 Perbedaan Karakteristik Audiens Media Lama dan Media Baru

No	Spesifikasi	Media Lama	Media Baru
1	Bentuk komunikasi yang terjadi	<i>One to many</i>	<i>Many to many</i>
2	Level atau tingkatan interaktivitas	Sangat rendah	Kuat
3	Isi pesan	Produser Generated Content & Local Content	User Generated Content & Global Content
4	Peran audiens secara keseluruhan	Pasif	Aktif
5	Konstruksi media secara umum	Bersifat kurang partisipatif	Partisipatif

Sumber: (Hastasari, 2011, p. 42)

Munculnya media baru membuat perubahan yang semula audiens bersifat pasif menjadi aktif. Interaktivitas media membuat proses timbal balik dapat terjadi, sehingga antara komunikator dengan komunikan tidak memiliki penghalang, di mana antara pembuat dan penerima pesan

berganti-ganti dalam kurun waktu yang cepat (Hastasari, 2011, p. 43).

Menurut Rogers dalam Anis Hamidati (2011), menguraikan tiga sifat utama yang menandai kehadiran media baru, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* merupakan kemampuan sistem komunikasi baru (biasanya berisi sebuah komputer sebagai komponennya) untuk berbicara balik (*talkback*) pada penggunanya. Dalam ungkapan lain media baru memiliki sifat interaktif seperti komunikasi antar pribadi secara tatap muka (Hamidati, 2011, p. 7). Hal ini dapat dijadikan peluang bagi media daring dalam menyampaikan informasi melalui media baru yaitu sosial media, website, dan lain-lain. Para pengguna dapat mengakses berbagai informasi kapan saja dengan menggunakan elektronik dan dapat secara aktif memberikan *feedback* terhadap informasi tersebut secara langsung.

Instagram menjadi salah satu teknologi digital yang makin banyak dipakai saat ini. Instagram menjadi sebuah aplikasi yang termasuk ke dalam media baru di mana penggunanya dapat mengakses informasi serta membagikan momen kehidupan pribadi (Hu, Manikonda, & Kambhampati, 2014). Seperti yang dilakukan oleh akun Instagram @viceind dalam menyampaikan informasi melalui sosial media Instagramnya.

Akun Instagram @viceind menjadi portal berita daring layaknya sebuah koran dengan kelebihan interaktif. Portal berita daring memadukan direktori, komunikasi interpersonal, dan informasi dalam satu paket (LaRose, 2006, p. 261). Fitur komentar sebagai salah satu bentuk interaktivitas media baru di mana audiens bebas dalam menuliskan komentar pada portal berita daring (@viceind). Maka dalam media baru, audiens bukan sekedar pembaca melainkan pengguna yang dapat mengintervensi apa yang diunggah dalam media sosial apabila terdapat ketidaksesuaian baik aturan atau norma di masyarakat.

2.3 Alur Penelitian

