

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada berbagai jurnal yang berkaitan dengan karakteristik instagram sebagai pilihan humas PPMI Assalaam dalam penyebarluasan informasi. Adapun hasil kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dikaji adalah penelitian Rizky Ramanda Gustam (2015) mahasiswa Universitas Mulawarman dengan judul **Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Pop Korea Di Kalangan Masyarakat Samarinda Dan Balikpapan**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik media sosial dalam membentuk budaya pop Korea pada masyarakat Samarinda dan Balikpapan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik media sosial dalam membentuk budaya pop populer Korea pada masyarakat Samarinda dan Balikpapan meliputi : partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan keterhubungan.

2.2 Definisi Teori Denis Mc Quail (2011)

Pakar komunikasi Denis Mc Quail dalam buku Teori Komunikasi Massa (2011:43) menjelaskan, ciri utama media baru yaitu adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak, individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, sifatnya yang ada dimana-mana.

Denis Mc Quail (2011:153) menjelaskan internet menggabungkan radio, film televisi dan menyebarkannya melalui teknologi “tekan” (*push*). Media baru mengabaikan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi postingannya, dari hubungan kewilayahan dari modernitas, menyediakan kontak global instan, dan memasukkan subjek modern kedalam mesin peralatan jaringan.

Media baru telah muncul seiring dengan perkembangan teknologi digital, seperti halnya dengan media yang sudah ada (televisi, radio, dan surat kabar) media memiliki karakteristik diantaranya:

1. Interaktif

Ciri khas inilah yang menjadi salah satu kunci new media, karena jika dibandingkan dengan media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar, new media sudah dianggap paling interaktif.

2. Hipertekstual artinya segala informasi di media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar dimasukkan kembali ke media baru dengan tampilan yang sudah disesuaikan. Hal ini digunakan sebagai database untuk perpindahan media lama ke media baru agar informasi yang sebelumnya tidak hilang begitu saja.

3. Jaringan (Networking)

Dalam media baru internet terdapat beberapa jaringan yang saling menguatkan untuk memudahkan masyarakat mencari dan menggunakan internet untuk mencari informasi. Jaringan tersebut termasuk The World Wide Web, situs perusahaan/Negara, situs media sosial, jaringan blog, 10 forum online dan sebagainya. Jaringan ini adalah media baru dan juga merupakan kunci media baru.

4. Maya atau Virtual

Ciri ini merupakan ciri yang melemahkan bagi media internet baru, karena sifatnya yang virtual sehingga identitas seseorang atau kelompok pada media internet baru tidak jelas atau tidak dipercaya sepenuhnya. Wilayah penyebaran informasi di internet sangat bebas tanpa batas, sehingga penyebaran informasi sangat mudah di dapatkan oleh siapa saja.

5. Simulasi dalam zaman digital

Memiliki hubungan yang erat dengan imitasi atau simulasi. Setiap media memiliki efek ditiru oleh khalayak, begitu pula media lama. Media baru meniru beberapa hal dari media lama yang masih bisa

diadopsi menjadi media baru. Khalayak pengguna media baru juga akan mencontoh informasi apa saja dalam menggunakan media baru ke dunia nyata yang mempengaruhi kehidupan mereka.

2.3 Media Sosial

Media sosial adalah perkembangan terbaru dari teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan setiap orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan membentuk jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri. Posting blog, *tweet*, atau video YouTube dapat diproduksi dan dilihat langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010:2-3).

Media sosial adalah media yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens, banyak audiens ke banyak audiens (Pramitha, 2011:42)

Menurut Gunelius (2011:10) media sosial merupakan penerbitan online dan alat komunikasi, situs dan tujuan dari Web 2.0 yang berakar pada percakapan, keterlibatan dan partisipasi. Definisi media sosial diperluas, dikatakan bahwa media sosial adalah demokratisasi informasi, mengubah orang dari pembaca konten ke penerbit konten. Hal ini dapat dijelaskan bahwa pergeseran dari mekanisme penyiaran ke model ke multiplisitas, yang berakar pada percakapan antara penulis, orang dan teman sebaya, berdasarkan pengertian tersebut diketahui bahwa elemen dari media sosial adalah pertama, media sosial melibatkan saluran sosial yang berbeda dan *online* menjadi saluran utama. Kedua, media sosial berubah dari waktu ke waktu, berarti media sosial terus berkembang. Ketiga, media sosial merupakan partisipatif “penonton” dianggap kreatif sehingga dapat memberikan komentar (Evans, 2008:34).

2.4 Instagram

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto menyenangkan yang memungkinkan pengguna mengambil gambar atau foto, menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai

layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Sumber: Instagram.com)

Menurut Atmoko (2015:52) ada beberapa bagian yang sebaiknya diisi agar foto yang kita unggah lebih informative. Bagian-bagian tersebut yaitu :

1. Judul

Buatlah judul atau caption foto untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan dalam foto tersebut.

2. *Hashtag*

Hashtag merupakan label berupa kata yang diawali dengan simbol *hash* (#). Fitur pagar ini penting karena sangat memudahkan pengguna untuk mencari foto di instagram dengan label tertentu.

3. Lokasi

Instagram memaksimalkan teknologi ini dengan menyediakan fitur lokasi. Sehingga setiap foto yang di *upload* akan menampilkan lokasi dimana pengambilannya.

Menurut Atmoko (2012:59), meski *Instagram* disebut layanan *photo sharing*, tetapi instagram juga merupakan jejaring sosial. karena disini kita dapat berinteraksi dengan sesama pengguna. Ada beberapa kegiatan yang dapat kita lakukan di *Instagram*, yaitu:

- a. *Follow*

Dapat dibayangkan betapa sepiya ketika sedirian di dunia instagram yang semarak, karena mengikutinya memungkinkan kita untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menurut kita menarik untuk diikuti.

- b. *Like*

Jika menyukai foto yang ada di lini masa, jangan ragu untuk menyukainya. Pertama dengan menekan tombol suka dibagian bawah keterangan di sebelah komentar. Kedua, dengan tap dua kali pada foto yang anda sukai.

c. **Komentar**

Seperti suka, komentar merupakan bagian dari interaksi namun lebih hidup dan pribadi. Karena melalui komentar, pengguna mengungkapkan pikirannya melalui kata-kata. Kami bebas memberikan komentar apapun pada foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. *Mentions*

Fitur ini memungkinkan kita untuk memanggil pemakai lain. Caranya adalah dengan menambahkan tanda arroba @ serta memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut.

2.5 Definisi Humas

Aktivitas *Public Relation* (PR) selalu dihubungkan dengan aktivitas komunikasi dalam organisasi PR, bertindak sebagai komunikator yang mewakili organisasi untuk menyampaikan atau menyebarluaskan berbagai informasi kepada publik yang dijadikan sasaran, baik publik internal maupun publik eksternal. Oleh karena itu, dalam Ilmu Komunikasi PR merupakan suatu metode komunikasi dan telah menjadi bagian dari objek studi ilmu komunikasi (Effendy, 2005 : 141). Selanjutnya Effendy (2005 : 142) menyatakan bahwa *Public Relation* atau Humas merupakan suatu metode kegiatan atau tindakan yang memiliki makna dan ciri-ciri sebagai berikut :

- Komunikasi yang dilaksanakan berlangsung dua arah secara timbal balik,
- Aktivitas yang dilaksanakan terdiri atas penyebaran informasi, penggiatan persuasi dan pengkajian pendapat umum.
- Tujuan yang akan dicapai merupakan tujuan organisasi atau institusi.
- Target yang dituju merupakan publik di dalam organisasi dan publik di luar organisasi/khalayak.
- Efek yang diharapkan yaitu terbinanya hubungan yang harmonis antara lembaga dan publiknya.

2.6 Informasi

Asal mula informasi bermula dari bahasa Perancis kuno *information* (1387) yang diambil dari bahasa latin *informationem* yang berarti “garis besar,

konsep, ide. Informasi juga dapat diartikan sebagai data yang telah di olah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya.

Menurut Ais Zakiyudin (2012:10) informasi adalah sumber sumber daya yang sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi. Informasi adalah data yang sudah diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih bermakna bagi penggunanya. Informasi merupakan data yang telah diverifikasi atau diolah atau ditafsirkan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan (Sutabri, 2005:23).

Menurut Agus Mulyanto (2009:12) Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan bermakna bagi yang menerimanya, sedangkan data ialah sumber informasi yang menggambarkan suatu kejadian yang nyata.

Agus Mulyanto (2009:20) Kualitas informasi berpegang pada 3 (tiga) hal yang sangat domina diantaranya:

1. Informasi harus akurat

Suatu informasi harus akurat karena dari sumber informasi sampai dengan penerimaan informasi kemungkinan akan banyak gangguan yang dapat mengubah atau merusak informasi tersebut. Informasi dikanggap akurat jika informasi tersebut tidak bias atau menyesatkan, bebas dari kesalahan dan harus jelas mencerminkan maksudnya.

2. Informasi harus tepat waktu

Informasi yang dihasilkan dari suatu proses pengolahan data, hadirnya tidak boleh terlambat (usang). Informasi yang terlambat tidak akan mempunyai nilai yang baik, karena informasi adalah dasar pengambilan keputusan.

3. Informasi harus relevan

Informasi dikatakan berkualitas jika relevan dengan pemakainya. artinya informasi tersebut harus bermanfaat bagi pemakainya. Relevansi informasi untuk setiap orang berbeda satu sama lain.

2.7 Analisis SWOT

Freddy Rangkuti (2009 : 18) berpendapat analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang bisa mengoptimalkan kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Serangkaian pengambilan keputusan strategis selalu terkait dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan.

Analisis SWOT menurut Siagian (2000) merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat sudah diketahui secara luas bahwa SWOT merupakan singkatan untuk kata-kata *strengths*(kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Strength (kekuatan) adalah analisis terhadap unsur kekuatan yang ada dalam institusi. Misalnya saja mengukur kelebihan apa saja yang dimiliki institusi, seperti dari segi pelayanan, teknologi, lokasi yang strategis atau kekuatan lainnya yang dapat menekankan pada keunggulan institusi.

Weakness (kelemahan) adalah analisis kelemahan yang dimiliki institusi. Selain melihat kekuatan institusi, sangat penting juga untuk mengetahui apa kelemahan yang dimiliki institusi. Untuk mengetahui kelemahan institusi bisa dengan melakukan perbandingan dengan institusi yang lainnya, mencari apa yang dimiliki institusi lain namun tidak dimiliki institusi kita.

Opportunity (Peluang) adalah analisis peluang atau kesempatan untuk membangun institusi menjadi lebih baik lagi. Mencari hal yang memungkinkan dapat menguntungkan institusi yang mampu diterima di masyarakat dalam jangka panjang maupun jangka pendek.

Threats (Ancaman) adalah analisis pada unsur ancaman terhadap institusi. Hal ini sangat penting karena ancaman adalah faktor yang dapat mempengaruhi jalannya institusi sehingga setiap saat harus dipantau agar institusi tetap aman dan utuh.

2.8 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada umumnya merupakan arahan penalaran untuk sampai pada penemuan jawaban sementara atau masalah yang telah dirumuskan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis menjelaskan kerangka pemikiran sebagai berikut :

