

## **BAB II KAJIAN TEORI**

### **A. Representasi**

Stuart Passage (1997) mengkarakterisasi representasi sebagai bagian penting dari cara makna dibuat atau dibuat dan diubah di antara individu itu sendiri. Dalam menyusun makna ini, ada dua komponen “kerangka representasi” yang saling berhubungan yang memungkinkan kita menyumbangkan makna pada dunia dan menghubungkan sekumpulan objek (individu, objek, peristiwa, dll.) dengan grafik konseptualnya. Dalam kerangka ini, objek dihubungkan dengan representasi mental di kepala kita. Memang benar, kita harus bisa mengungkapkan apa yang ada di kepala kita, agar terjadi pertukaran makna sosial. Format konseptual di sini berkaitan dengan kedekatan tanda-tanda yang kemudian diorganisasikan untuk menangani perluasan makna. Dalam "Representation: Social Representations and Deducing Hones" (1997), Stuart Campaign menyatakan bahwa ada tiga cara kerja istilah: dipisahkan menjadi tiga pendekatan, lebih spesifiknya :

#### **A. Pendekatan Reflektif (*Reflective Approach*)**

Pendekatan ini menyatakan bahwa makna ada pada objek, individu, pertimbangan, atau peristiwa dalam dunia nyata, sedangkan lidah bisa menjadi refleksi yang mampu merefleksikan makna sejati yang ada pada saat itu. ini.

#### **A. Pendekatan Kesengajaan (*Deliberateness Approach*)**

Pendekatan ini menyatakan bahwa pihak yang berbeda pendapat (pembuat dan pembicara) memadukan makna dengan makna sapaan.

Kata itu menyimpulkan apa yang mereka katakan dan menuntutnya tanpa ampun.

#### B. Pendekatan Konstruksionis (Constructionist Approach)

Pendekatan ini menyatakan bahwa objek tidak membawa makna klaimnya seperti kesimpulan dari pendekatan cerdas, juga tidak dapat diuraikan secara eksklusif seperti kesimpulan dari pendekatan objektif.

Bagaimanapun, makna diciptakan dengan menggunakan sistem representasi, khususnya konsep dan tanda.

Dari ketiga pendekatan tersebut, yang digunakan dalam Social Pertimbangan kemungkinan besar adalah pendekatan konstruksionis. Ada makna yang tidak dapat dibenarkan, namun makna dikembangkan. Sependapat dengan pendekatan ini, makna terbentuk sebagai hasil perilaku sosial yang membangun makna berdasarkan sistem representasi, konsep sosial dan fonetik yang berlaku. Jadi spesialis eksekusi sosial menjadikan dunia ini penting dan meneruskan makna tersebut kepada orang lain.

Pendekatan ini juga menggunakan pendekatan konstruksionis, yaitu representasi yang tidak tampil asli sebagaimana adanya, namun menampilkan realitas yang tidak terpakai sesuai dengan keinginan perilaku sosial yang menghadirkan representasi tersebut. Campaign (1997:51) berpusat pada hal ini “*we all type in and talk from a particular part and time, from a history and a culture which is particular. What we say is continuously ‘in context’, positioned*”. Representasi Yang dibangun bukan sekadar makna, melainkan kepribadian. Sependapat dengan Hall (1997:51), identitas bisa menjadi sebuah generasi yang berlangsung terus-menerus dan tidak

pernah selesai, dan karakter "terus menerus terbentuk di dalam, bukan di luar, representasi". Selain itu, identitas menggabungkan hubungan yang kuat dengan representasi. Representasi mencakup "sistem biasa" dalam bentuk dialek dan gambaran visual yang akan melahirkan sugesti tertentu. Makna tersebut berbentuk lingo dan gambaran visual yang akan dikaitkan dengan tokoh tertentu (Woodward, 1997:12). Dengan cara ini, karakter diteruskan, diperiksa dan dikoordinasikan dalam budaya melalui representasi (Woodward, 1997: 12). Pada titik itulah peningkatan karakter melalui representasi akan berlangsung terus-menerus dan tidak akan pernah selesai karena karakter tidak peka, sebagaimana dikutip (Campaign, 1997: 53). "*Social Identities are focuses of distinguishing proof, the unsteady focuses of distinguishing proof or suture, which are made, inside the talks of history and culture. Not an quintessence but a situating*".

Bagi wanita berhijab syariah, karakternya dibentuk dengan menampilkan representasi khas dari wanita berhijab itu sendiri. Beberapa representasi tersebut memperkuat gambaran tertentu, misalnya perempuan etnis yang terkenal, maju, dan sebagainya. Representasi tidak bisa berdiri sendiri, karena ada bahasa/symbol yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan/makna dalam suatu budaya. Konsep representasi mungkin sangat penting dalam kaitannya dengan budaya. Representasi menghubungkan makna dengan bahasa dan budaya. Representasi mungkin merupakan bagian utama dari strategi menyampaikan makna atau meneruskan dan mengubah antar manusia (Campaign, 1997: 15). Dalam media, representasi dapat menjadi sumber makna yang kuat sehubungan dengan realitas sosial, bagaimana media bereaksi

terhadap substansi sosial yang terjadi dalam kehidupan sosial, isu-isu otoritatif masyarakat, dan isu-isu terkait uang. Representasi ini penting dalam dua hal, yang pertama adalah apakah suatu kumpulan atau pemikiran dapat muncul sebagaimana mestinya, karena tidak dibuat-buat atau dimutilasi. Menit, bagaimana representasi ditampilkan. Pegangan representasi itu sendiri menggabungkan tiga komponen, yaitu objek, pengkodean, dan tanda.

Representasi sangat umum terjadi di media. Bagaimana media membicarakan sesuatu dan membuat orang berpikir bahwa hal ini akan menjadi kenyataan di masyarakat. Media dengan kerangka keyakinannya membuat segalanya tampak nyata. Media yang berbeda mempunyai tujuan untuk mempengaruhi masyarakat sehingga berkembanglah kesimpulan yang terbuka. Biasanya strategi representasi melalui media ini sering terjadi.

### C. Gaya Hidup

Way of life dapat berupa cara hidup seseorang yang dikomunikasikan melalui kejujuran, antarmuka, dan praduganya. Cara hidup ini menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang bekerja sama dengan lingkungannya (Kotler, 2002). Sementara itu, menurut Assael (1984), cara hidup adalah “*The most prominent procedure to begin your exposition may well be to select a insane illustration from a study that appropriately outlines the subject matter you're composing almost. Maybe you have got a individual encounter that's significant to the subject, otherwise you have a friend's authorization to utilize their story.*”. Sejalan dengan Minor dan Mowen (2002), cara

hidup mencerminkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka memanfaatkan uangnya, dan bagaimana mereka membagi waktu. Terlepas dari itu, way of life, menurut Suratno dan Rismiati (2001), adalah cara hidup seseorang dalam dunia pedoman hidup yang dikomunikasikan dalam pekerjaan, kompensasi dan hubungan yang bersangkutan. Cara hidup mencerminkan hubungan individu secara umum dengan lingkungannya.

Cara hidup erat kaitannya dengan perkembangan jaman dan kemajuan. Pandangan hidup merupakan upaya untuk menjadikan diri ada dengan cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Berdasarkan pengalaman antara klaimnya dengan realitas sosial, individu memilih latihan dan penampilan mana yang menurutnya pantas dan mana yang tidak pantas untuk ditampilkan di ruang sosial.

Menurut Armstrong, unsur-unsur yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah keadaan intelegualitas, pengalaman dan kebijaksanaan, kepribadian, konsep diri, bentuk pemikiran, kecerdasan, kumpulan referensi, pemikiran sosial, keluarga dan budaya (Nugraheni, 2003:15 ). Klarifikasi untuk setiap perhitungan yang mempengaruhi gaya hidup adalah sebagai berikut :

1. **Sikap.** Demeanor menyarankan keadaan kecerdasan dan keadaan kecerdasan yang diuraikan untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pengalaman dan secara langsung mempengaruhi perilaku. Keadaan jiwa sangat dipengaruhi oleh tradisi, kecenderungan, budaya dan lingkungan sosial.
2. **Pengalaman dan pengamatan.** Silaturahmi dapat berdampak pada wawasan sosial dalam berperilaku, silaturahmi dapat diperoleh dari segala aktivitas di

masa lalu dan dapat dipelajari, melalui pembelajaran orang akan dapat memilih pergaulan. Maraknya pengalaman sosial akan mampu membentuk pandangan terhadap suatu isu.

3. **Kepribadian.** Identitas adalah seperangkat karakteristik seseorang dan cara bertindak yang menentukan perbedaan dalam perilaku setiap orang.
4. **Konsep Diri.** Sosok lain yang menentukan karakter seseorang adalah konsep diri. Konsep diri telah menjadi pendekatan yang dikenal luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri pembeli dan gambaran merek. Cara seseorang memandang dirinya sendiri akan mempengaruhi ketertarikannya terhadap suatu alamat. Konsep diri sebagai pusat rencana kepribadian akan menentukan perilaku seseorang dalam menghadapi permasalahan kehidupan.
5. **Motif.** 1. Tingkah laku seseorang yang berkembang dari kebutuhan akan rasa aman dan kebutuhan akan kejayaan, berikut beberapa garis besar bentuk-bentuk pemikirannya. Apabila kebutuhan seseorang akan kecerdasan sangat luar biasa maka akan terbentuk pola hidup yang cenderung mengarah pada gaya hidup hedonis.
6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang tercermin dalam tindakannya, antarmuka dan kesimpulannya tentang bagaimana menggunakan uang dan bagaimana membagi waktunya. Cara hidup yang dicirikan oleh WHO 1998 yaitu, *“life fashion may be a way of living based on identifiable designs of behavior which are decided by the*

*exchange between an individual's individual characteristic, sosial intelligent, and financial and natural living condition.*

Rencana perilaku akan terus berubah seiring dengan keadaan atau keadaan sosial yang berbeda, dan terus berubah, tidak ada yang tidak berubah. Suatu cara hidup dapat menjadi cerminan dari setiap orang yang menjalankannya dan menggambarkan seberapa besar rasa hormat moral yang dimiliki individu tersebut dalam masyarakat disekitarnya. Gaya hidup adalah kemampuan yang diciptakan setiap orang. Cara hidup erat kaitannya dengan kemajuan seiring berjalannya waktu dan perkembangan. Seiring berjalannya waktu dan inovasi yang semakin maju, penerapan gaya hidup ini semakin luas jangkauannya oleh masyarakat dalam gaya hidup.

Goldon Allport mengkarakterisasi karakter sebagai pengorganisasian kerangka mental yang antusias dalam diri seseorang yang menentukan kemampuan penyesuaian dirinya terhadap lingkungannya. Dan menyesuaikan dengan batasan kepribadian yang dikomunikasikan di atas, ada 4 hal yang perlu diperjelas, lebih spesifiknya:

1. Energik, artinya kepribadian mulai berubah. Perubahan ini didorong oleh kekuatan dalam diri individu yang bersangkutan, namun perubahan tersebut tetap berada dalam batas rencana.
2. Sistem organisasi, hal ini menganjurkan agar karakter dapat diikat menjadi satu kesatuan yang utuh.
3. Psikofisik, artinya tidak bersifat fisik dan bukan mental, tetapi juga dapat merupakan gabungan dari kedua sifat tersebut.
4. Jarang, artinya kepribadian seseorang tidak sama dengan individu lainnya.

Perkembangannya mempunyai pengaruh yang besar terhadap penyampaian sosial, baik terhadap perubahan perilaku masyarakat maupun terhadap tingkat pemanfaatan akibat dorongan dalam budaya pop. Refleksi budaya umum yang kini mulai terbentuk dan tampak menghipnotis individu agar berusaha mengapresiasinya adalah pemikiran sosial tentang makanan, kegembiraan, dan jamur.

### *1. Food.*

Sebuah protes yang mempunyai sentralitas dan makna tersendiri. Makna ini akan menjadi gambaran ketika pembeli membeli barang tersebut. Pertanyaan ini bisa dikatakan tentang makanan, tempat makan dan macam-macam makanan. Budaya mempengaruhi kita dalam memilih, memanfaatkan dan membeli barang dagangan.

Saat ini, suplemen tidak diperlukan untuk kelangsungan hidup atau untuk menyediakan makanan yang dibuat khusus bagi konsumen. Tapi itu lebih dari itu. Hal ini akan terlihat dalam lingkungan sosial bahwa makanan memperoleh penghargaan melebihi fungsinya dan dapat mempengaruhi penilaian boleh tidaknya suatu makanan dimakan (Danesi, 2012: 223).

Era globalisasi telah memungkinkan munculnya restoran-restoran besar di seluruh dunia, yang pada dasarnya menimbulkan bahaya bagi produk makanan di sekitarnya. Bahan pangan masyarakat semakin dipinggirkan, dipinggirkan dan semakin dibenci oleh masyarakat itu sendiri. Apalagi di zaman serba modern ini, masyarakat Indonesia lebih condong pada hal-hal yang

bersifat fana. Dan pemberian makanan cepat saji masih menjadi favorit masyarakat maju karena dianggap remeh pemberian makanan cepat saji (Safriil, 2015: 39)

## 2. *Fun*

Kegembiraan juga disebut kesenangan. Kebahagiaan tidak dapat dipisahkan dari pengakuan dalam berbagai bidang kebahagiaan yang tidak dapat dipisahkan dari cara hidup yang dapat menjadi cerminan setiap orang yang menekuninya dan menguraikan seberapa besar nilai etika yang dimiliki orang tersebut dalam masyarakat disekitarnya. Kegembiraan bisa menjadi sebuah keajaiban bagi masyarakat global, seperti menikmati lagu dan musik yang saat ini sedang menciptakan dan memainkan hiburan yang populer di kalangan generasi muda. Selain itu, masih ada lagi K-Pop yang sedang berkembang di kalangan generasi muda yang menjadi salah satu pemikiran bahagia di kalangan masyarakat. Masyarakat yang terbawa arus globalisasi memerlukan keterbukaan untuk berekspresi (Safriil, 2015: 39). Dalam wawasan konvensional kita akan menerapkannya pada pemikiran tentang cara hidup tanpa perlu menjelaskan apa yang kita kejam (Chaney, 1996: 40).

Cara hidup erat kaitannya dengan kemajuan mekanik dan perkembangan zaman. Semakin terpacunya inovasi, semakin luas pula penerapan cara hidup masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, cara hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari di dunia saat ini

dan masyarakat mencirikan cara hidupnya sebagai ciri inovasi (Syarfril, 2015: 51).

### 3. *Fashion*

Jamur tidak seperti yang dikarakteristikkan sebagai pakaian. Bagaimanapun, ini menggabungkan semua item yang memiliki makna dan gambaran sosial. Bagaimanapun, jamur dapat didefinisikan sebagai mode atau kecenderungan berpakaian yang paling umum (Danesi, 2012:

216). Desain bisa menjadi semacam aturan berpakaian skala besar yang menetapkan ukuran mode berdasarkan usia, orientasi seksual, jalur sosial, dll. Kerangka cetakan di era globalisasi, dunia cetakan terus berubah dari satu pertunjukan ke pertunjukan lainnya, yang dapat melahirkan budaya tinggi namun terlebih lagi budaya massa. Dengan kata lain, budaya tinggi akan tetap eksis meskipun budaya massa muncul. Dalam arti lain, suatu cara hidup dapat memberikan dampak positif atau negatif bagi individu yang menjalaninya, tergantung bagaimana individu sedang melakukannya. Saat ini, cara hidup tersebut dilakukan oleh segelintir orang. Terutama mereka yang tinggal di kota metropolitan. Mereka lebih mengikuti mode yang sesuai dengan rencana saat ini. Tentu saja, desain yang mereka ambil mungkin merupakan desain yang dihilangkan secara sosial. Jika mampu menyalurkannya secara tuntas dan komprehensif maka dampaknya akan positif. Namun sebaliknya, jika mereka

tidak bisa menyalurkan metodologi tersebut maka akan berdampak buruk bagi diri mereka sendiri (Siti Nurhasanan, 2009).

Penelitian ini menganalisis representasi gaya hidup perempuan Aceh melalui cerita tokoh-tokoh terkenal di Kota Lhokseumawe.

Dunia jamur pun tidak tinggal diam dan merambah ke berbagai kalangan mulai dari muda hingga tua, khususnya kaum hawa. Lihat cara mereka melakukan promosi kepada pembeli dengan berbagai cara, mulai dari “abadi” hingga “tren fesyen”. Hal ini akan membuat masyarakat menjadi kurang percaya diri dan mendapatkan harga diri yang pada akhirnya membuat masyarakat menjadi pelanggan. Komunitas terpencil dan terglobalisasi menawarkan cara berpakaian yang masuk akal dengan mengenakan kemeja, T-shirt, rok, dan celana panjang yang pantas. Di sisi lain, nilai-nilai lingkungan hidup dianggap terlalu kompleks (Safri, 2015:39)

#### D. New Media

Spekulasi media yang tidak terpakai ini dikemukakan oleh Pierre Require yang berpendapat bahwa media saat ini adalah spekulasi yang menganalisis kemajuan media. Ada dua pandangan dalam spekulasi media mutakhir ini, yang paling utama adalah pandangan interaksi sosial, yang mengisolasi media-media yang sependapat dengan kedekatannya dengan kecerdasan tatap muka. Pierre Correct melihat World Wide Web (WWW) sebagai lingkungan data yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan individu untuk membuat presentasi data tingkat lanjut dan juga

dimasukkan ke dalam dunia berbasis hukum yang menawarkan dan memberikan kontrol berbasis komunitas yang lebih cerdas. (<http://en.wikipedia.org>).

Media yang Tidak Digunakan atau media online dicirikan sebagai sesuatu yang dimediasi komunikasi secara inovatif yang ada pada saat yang sama dengan komputer yang terkomputerisasi (Creeber dan Martin, 2009). Media mutakhir adalah media yang memanfaatkan internet, media online berbasis teknologi, mempunyai karakter serbaguna, mempunyai potensi alamiah dan dapat bekerja baik secara sembunyi-sembunyi maupun terbuka (Mondry, 2008: 13). Definisi lain menyebutkan bahwa media yang tidak dimanfaatkan adalah digitalisasi, yang merupakan suatu konsep memahami kemajuan zaman dalam bidang kemajuan dan ilmu pengetahuan, dari segala sesuatu yang manual hingga yang dimodifikasi dan dari segala sesuatu yang rumit menjadi singkat. Kemajuan mungkin merupakan metodologi yang kompleks dan serbaguna yang menjadikannya sesuatu yang penting dalam kehidupan manusia. Maju juga selalu dikaitkan dengan media karena media ini merupakan sesuatu yang berkembang dari media kuno (media kuno) hingga yang memanfaatkan media maju (media maju/media baru).

Pada tahun 2000, internet telah memasuki era yang disebut web 2.0. (web dua titik-oh), di mana segala sesuatu menjadi lebih cerdas dan menjadi bidang bagi semua orang, tidak dapat dibenarkan oleh segelintir orang. Semua orang kini dapat mengambil bagian dan menaruh apa saja di internet. Munculnya web 2.0 sebagai sebuah sistem telah mengubah sifat interaktivitas di web dan membuka dunia bagi klien media. Meskipun representasi halaman web 1.0 memungkinkan untuk mengunduh informasi

secara online dan dengan cara ini tidak berbeda dengan penggunaan media penyiaran, aplikasi web 2.0 memungkinkan klien untuk menjadi pembuat mandiri. Blog, YouTube, Wikipedia, Ebay, Flickr, Minute Life, dan tujuan pengorganisasian sosial online lainnya memungkinkan klien media untuk memberdayakan acara sosial yang disiarkan. Pentingnya Web 2.0 adalah bahwa media penyiaran menciptakan lingkungan hubungan sosial nasional atau global yang bersifat sementara, ada beberapa cara di mana individu mengambil data penting untuk menciptakan afiliasi universal yang sejati. Fakta bahwa klien saat ini dapat bekerja dengan struktur media penyiaran sebagai saran menjadikan pertimbangan dalam ruang terbuka (Littlejohn, 2009: 686). Salah satu porsi media maju adalah “Organize Society”. Apa yang dimaksud dengan Yang dimaksud dengan “pengorganisasian masyarakat” dapat berupa suatu tatanan sosial dengan sistem kelompok, organisasi, dan komunitas massa yang menekankan pada sistem awal pengorganisasian dari semua titik (rakyat, kelompok, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, titik pandang mendasar bagi perencanaan teori ini adalah segala sesuatu yang mencakup hubungan luas sebagai suatu kolektivitas (Van Dijk, 2006:20).

Sependapat dengan R Cahyo Prabowo sehubungan dengan media yang dimanfaatkan/media baru/media online dapat menjadi instrumen sebagai sarana komunikasi antar bank satu sama lain, memberikan kesimpulan, bertukar informasi, mencari berita melalui saluran-saluran yang diarahkan pada internet dan informasi-informasi tersebut tersebar. secara luas. tetap up to date dengan cepat dan lebih jelas dan ringkas memberikan informasi kepada pembaca/khalayak. Media maju/media

baru/media online sangat berbeda dengan media standar seperti radio, TV, media cetak, media massa dan lain-lain. Jangan sama dengan media biasa (<http://media.kompasiana.com>).

Internet bisa menjadi bingkai media modern. Internet dianggap sebagai alat informasi terpenting yang harus dibuat di masa depan. Jaringan mempunyai kapasitas untuk mengkode, menyimpan, mengendalikan dan menerima pesan (Ruben, 1998: 110). Jaringan dapat menjadi media dengan segala karakteristiknya. Jaringan mempunyai perkembangan, strategi pemanfaatan, ruang lingkup administratif, substansi dan gambaran tersendiri. Web tidak dimiliki, dikendalikan, atau diawasi oleh satu substansi, namun dapat berupa serangkaian komputer yang dimaksudkan untuk dihubungkan dan dioperasikan berdasarkan konvensi yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi, khususnya penyedia dan lembaga komunikasi penyiaran, berperan dalam operasi web (McQuail, 2009: 28-29).

Untuk mengakses Web seseorang memerlukan koneksi online dan peralatan seperti komputer, PDA, Blackberry, dan sebagainya. Web dianggap sebagai kombinasi beberapa bentuk media dan kantor seperti surat, situs web, newsgroup, e-commerce, dan sebagainya (Lievrouw, 2006:221).

Analisis komunikasi Carrie Heeter pada tahun 1983 mengklarifikasi pengukuran interaktivitas yang digunakan untuk memperjelas media, khususnya:

1. Mengukur kompleksitas pilihan yang tersedia. Ini menyimpulkan

seberapa banyak pilihan yang dimiliki sekelompok orang dalam hal substansi informasi dan waktu yang dapat mereka habiskan untuk mendapatkannya.

2. Mengukur besarnya energi yang harus dimanfaatkan secara transparan

dapat menerima pesan dari media di alamat tersebut. Dengan kata lain, bagaimana perkembangan yang dilakukan oleh kumpul-kumpul masyarakat dibandingkan dengan perkembangan yang dilakukan oleh media?

3. Mengukur tingkat respon media terhadap acara sosial komunitas. Hal ini menunjukkan

adalah seberapa sukses suatu media merespons masukan yang diberikan oleh kumpulan individunya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi merespons dengan cepat masukan yang diberikan oleh sekelompok individu. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat berhubungan dengan sekelompok pengamat, misalnya ketika melakukan wacana yang difasilitasi.

1. Pengukuran kapasitas untuk menyalurkan informasi klien dengan cara tertentu

kumpulan orang berkumpul. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat menyalurkan kumpulan perilaku masyarakat dalam menyampaikan pesan-pesannya, kemudian mengubah sistem berdasarkan masukan-masukan yang dihasilkan dari pemeriksaan perilaku tersebut.

## 2. Tingkat kemudahan memasukkan informasi yang tidak terpakai.

Hal ini menunjukkan seberapa sukses sekelompok orang dapat memberikan perhatian dalam memberikan dan menyebarkan pesan kepada sekelompok orang lainnya. Berdasarkan kriteria ini, siaran TV mempunyai interaktivitas yang buruk, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.

## 3. Estimasi kapasitas untuk menggerakkan komunikasi web.

Hal ini berarti betapa mudahnya interaksi antar kelompok masyarakat dapat terjadi (Heeter, 1988:25).

Hal ini menunjukkan bahwa media yang tidak terpakai (media masa kini/media online) memiliki kecepatan dalam melakukan sesuatu yang lebih cerdas, lebih mahir, lebih murah, lebih cepat dalam mendapatkan informasi terkini dan terkini. Kekurangannya adalah dalam pengorganisasian afiliasi web, jika organisasi internet lancar dan cepat maka data akan tersampaikan ke klien dengan cepat dan juga harus ada koneksi internet dimanapun anda berada dengan media yang canggih (cutting edge media /media daring). Media online/media baru (Media Masa Kini) termasuk dalam kategori komunikasi massa, karena pesan-pesan disampaikan kepada khalayak luas melalui media online/Media Baru (Media yang Belum Digunakan).

Internet adalah kemajuan komunikasi mutakhir yang juga mampu membantu kita memilih dan mengatur data yang kita perlukan atau perlukan dengan lebih efisien. Secara umum, internet jauh lebih fleksibel dalam menjembatani waktu dan keterpisahan dibandingkan media yang sudah ada.

Sebagai media komunikasi, internet mempunyai porsi krusial sebagai instrumen (saluran) penyampaian pesan (message) dari komunikator/penyebarnya (source) kepada komunikan/penerima pesan (recipient). Sifat internet sebagai media komunikasi adalah berbasis nilai, dalam artian ada interaksi yang tulus (tertentu) antara orang-orang dan ada umpan balik dari orang-orang dalam setiap interaksi. Selain itu, terdapat pula partisipasi antar masyarakat dengan mempertimbangkan untung/rugi dalam setiap interaksinya.

Internet juga dinilai mempunyai kapasitas yang luar biasa sebagai media modern. Hal ini tidak berarti mengurangi kesenjangan dalam penyampaian pesan, inovasi komputer dan web telah terlalu banyak menciptakan dan mematikan penggunaan asosiasi kabel, namun masih dapat memberdayakan transmisi informasi yang sangat cepat ke seluruh dunia (Bagdakian, 2004: 114). Sependapat dengan Bagdakian, penggandaan dan penyebaran materi ini dari web bisa menjangkau jangkauan yang sangat luas. Satu orang dalam rapat penglihatan dapat mengunduhnya dan kemudian menyampaikannya kepada orang-orang dalam kemitraan atau organisasi kerjanya. Pada saat itulah partai mendapatkannya. penyebaran dapat menyebarkannya kembali kepada orang-orang yang ada dalam kelompoknya, dan seterusnya.

#### a) Karakteristik Media Baru

Martin Lister dkk (2009 : 13-14) menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa karakteristik, yaitu :

## 1. Digital

Ciri atau ciri yang paling khas dari media mutakhir adalah sifatnya yang maju. Artinya, seluruh data dan substansi dalam media yang tidak terpakai adalah benar-benar data yang terkomputerisasi dan bukan data fisik seperti media massa yang dimuat dalam surat kabar harian atau lainnya. Konten yang dikembangkan pada dasarnya adalah data komputer, atau data elektronik dalam bingkai angka yang dapat diuraikan oleh komputer atau alat yang dapat mengubah data tersebut sehingga dapat ditangkap oleh komputer klien.

## 2. Interaktivitas

Ciri-ciri kecil dari media yang tidak digunakan adalah naluri atau interaktivitas. Artinya, media modern memungkinkan semua orang, termasuk pembaca tradisional, untuk dilibatkan secara khusus dalam pembicaraan perencanaan atau biasanya mengomentari berita atau komentar dari orang-orang tertentu di berita. Tidak peduli apakah Anda ahli atau tidak, tidak peduli apa panggilan Anda, dan tidak peduli apakah Anda dewasa atau tidak, ruang untuk mengunci pembicaraan sangatlah luas karena ada sorotan seperti komentar yang memberikan keuntungan. Untuk bergaul dengan media atau dengan orang lain.

### 3. Hipertekstual

Karakter lain bersifat hipertekstual. Artinya di media masa kini terdapat hypertext yang memungkinkan pengguna mengakses konten lain dengan cepat dengan mengklik konten tersebut menggunakan mouse atau dengan menyentuhnya secara langsung di smartphone. Kedekatan hypertext memungkinkan individu untuk secara efektif memindahkan zat, berburu zat, dan sebagainya. Di semua media saat ini, hypertext harus ditemukan di hampir setiap halaman media mutakhir.

### 4. Simulasi

Peragaan ulang dapat berupa representasi suatu peristiwa atau peristiwa, suatu perbedaan pendapat, atau hal lain yang dapat menambah pemahaman terhadap suatu hal tanpa harus secara khusus memasukkan atau menyertakan peristiwa atau perbedaan pendapat yang sebenarnya. Dengan virtualisasi dan perkembangan yang terkomputerisasi, media canggih dapat menjadi hiburan atas perbedaan pendapat atau peristiwa tertentu. Infografis, film kegembiraan yang dibuat dengan kemajuan CGI, misalnya, merupakan sebuah media hiburan yang tak terpakai.

## 5. Terhubung

Ciri lainnya adalah linkage, yang menunjukkan bahwa substansi dan klien di media mutakhir dapat terhubung dengan media lain di internet. Misalnya akun email yang terkait dengan highlight media lain, atau akun media sosial yang bisa digunakan untuk berlangganan salah satu media massa online, dan lain sebagainya. Dengan cara ini, klien dapat menggunakan satu akun email untuk terhubung ke berbagai jenis media dan berkomentar, membaca, berlangganan, dan sebagainya.

## 6. Individualitas

Karakteristik media yang tidak terpakai berikutnya adalah kebebasan, yang berarti hampir semua orang bertindak sesuai dengan klaimnya. Misalnya, tidak ada yang memberi kita kendali untuk berlangganan surat kabar harian, dan tidak ada yang memberi kita kendali untuk tidak berkomentar. Selain itu, perbedaan juga terlihat pada kecenderungan klien media yang tidak terpakai untuk memperluas dunia yang lebih luas di sekitar mereka, seputar identitas mereka, hampir ke diri mereka sendiri, misalnya jika mereka adalah seorang selebriti.

## 7. Kesempatan berekspresi

Setiap orang yang terlibat dalam media saat ini memiliki kemampuan beradaptasi dalam berekspresi, namun tetap ada batasannya. Misalnya saja di kolom komentar, Anda bisa membatasi pemikiran atau menyetujui substansi berita, melanjutkannya, dan lain sebagainya. Namun jika isi komentarnya mengarah pada hal-hal yang dapat mengekang, menyerang watak orang, dan sebagainya, maka dapat menyebabkan klien dikenai sanksi tertentu. Oleh karena itu, etika komunikasi di internet tetap harus diperhatikan.

## 8. Kecepatan

Ciri lain dari media yang tidak terpakai adalah kecepatan. Kecepatan yang dimaksud di sini meliputi kecepatan akses dan kecepatan perubahan berita yang bisa terjadi hampir kapan saja, sangat cepat dibandingkan dengan media di masa lalu yang cenderung berubah secepat hari demi hari.

## 7. Diversifikasi konten

Media modern juga menyajikan konten yang sangat beragam. Bukan sekedar berita yang berbentuk konten, namun berita dalam bingkai laporan video, gambar, infografis, siaran langsung dan lain sebagainya dapat diakses secara spesifik tanpa perlu berpindah dari satu lokasi, misalnya. Oleh karena itu

setiap orang dapat memanfaatkan media yang tidak terpakai untuk melakukan banyak hal.

#### 8. Akses luas

Media mutakhir pun menghadirkan substansi yang sangat beragam. Bukan berita yang adil dalam bentuk substansi, namun berita dalam bentuk laporan video, gambar, infografis, siaran langsung dan lain sebagainya bisa didapat dengan mudah tanpa perlu berpindah dari satu tempat, misalnya. Selain itu, setiap orang dapat memanfaatkan media mutakhir untuk melakukan banyak hal.

#### 9. Gratis

Media yang tidak digunakan umumnya gratis, tetapi untuk partisipasi, mis. Dengan media yang tidak terpakai, setiap orang bisa mendapatkan berita secara gratis, tidak perlu mengeluarkan uang untuk mendapatkan berita pada hari tertentu.

#### 10. Multibahasa

Media tingkat lanjut juga menawarkan kemampuan pertukaran bahasa yang sangat cepat yang sangat diakui karena kemudahan dan kemajuan bahasa pemrograman dalam pengembangan web. Dengan cara ini, media mutakhir apa

pun yang benar-benar berbahasa Inggris dapat diterjemahkan secara efektif ke dalam bahasa Indonesia selama highlightnya diaktifkan.

#### b) Manfaat Media Baru

1. Dari penjelasan media modern di atas, terlihat bahwa media modern mempunyai beberapa manfaat sebagai berikut:
2. Aliran data yang dapat diakses dengan mudah dan cepat dimana saja dan kapan saja.
3. Sebagai media pertukaran jual beli.
4. Sebagai media hiburan, misalnya pengalihan online, sistem sosial, penyebaran video, dll.
5. Sebagai media komunikasi yang mahir. Siap berkomunikasi dengan individu yang berjauhan, bahkan tatap muka melalui video conference.

#### c) Kelebihan dan Kekurangan Media Baru

Sebagai sebuah medium, new media mempunyai kelebihan dan kekurangan layaknya medium lain. Kelebihan dari new media antara lain:

##### 1. Interaktivitas

Media baru memberikan kemudahan penggunaanya untuk berinteraksi atau berkomunikasi di dalam dunia virtual.

## 2. Ilmu Pengetahuan

Media ini memberikan segudang informasi kepada kliennya. Sorotan manfaat seperti Yahoo, Google, Wikipedia dapat memberikan berbagai jenis informasi di dunia. Manfaat tambahan ini dapat memberikan referensi bacaan yang sesuai dengan kebutuhan Anda.

## 3. Ekonomi (e-commerce)

Dari segi finansial, media yang tidak terpakai dapat memberikan kenyamanan dalam hal penayangan. Tak hanya itu, media modern juga bisa dimanfaatkan sebagai toko virtual (online shop) yang bisa menjadi sarana pertukaran lain, khususnya dengan membuka web shop yang bisa menjangkau seluruh belahan dunia.

## 4. Politik

Web memberikan ruang untuk isu-isu legislatif seperti kampanye, menjalankan kontrol politik, dan mengkomunikasikan kesimpulan atau tujuan. Terlepas dari beberapa preferensi media tak terpakai yang telah diklarifikasi, terdapat pula kendala dari media tak terpakai seperti Syaibani (2011: 27-28) yang menyoroti perlunya saluran substansi atau substansi yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia.

- Pornografi

Pornografi merupakan masalah besar dan masih menjadi pekerjaan rumah bagi Indonesia.

- Cyber crime

Kesalahan di web sangat umum terjadi. Setuju dengan Wassim Harb, kejahatan siber dapat berupa tindak pidana yang dilakukan melalui inovasi data, komputer, atau gadget elektronik lainnya.

- Kreadibilitas

Maraknya banyaknya blog atau open source menimbulkan pertanyaan tentang validitas data yang ditampilkan di blog tersebut. Karena semua orang bisa mengetik dan menyebarkan data di web.

#### d) Pengaruh Media Baru

Media baru ( new media) memiliki beberapa pengaruh. Berikut pengaruh new media dalam beberapa aspek seperti yang ditulis oleh Syaibani (2011: 24-26):

##### 1. Individu

Klien media yang tidak terpakai akan mendapatkan dampak yang besar jika mereka memanfaatkannya dengan konsentrasi tinggi. Di satu sisi, klien dapat mengungkapkan segala pemikiran atau pertimbangannya melalui layanan yang dapat

dimanfaatkan tanpa batasan apa pun. Namun di sisi lain, seseorang bisa menjadi maverick jika ia menggunakan internet dengan tingkat tinggi tanpa bersosialisasi di dunia nyata.

## 2. Ekonomi

Media modern mendukung kemajuan finansial melalui e-niaga atau perdagangan elektronik. Media modern benar-benar memungkinkan untuk mempromosikan dan mempromosikan ruang. Selain itu, akses terhadap materi pun akan lebih luas dan sederhana. Namun di sisi lain, web juga dapat mengubah perilaku masyarakat.

## 3. Politik

Web telah memunculkan istilah yang belum terpakai, khususnya pemerintahan kerakyatan elektronik. (Howard dalam Syaibani, 2011: 25) mengatakan bahwa web dapat menjadi komponen modern dalam kerangka komunikasi politik. Situs web dapat dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan pemikiran dari anggota parlemen, pemerintahan dan memberikan ruang pembicaraan terbuka dari awal dan juga sebaliknya dari masa lalu. Ruang dialog ini memberikan penghargaan berbasis hukum dalam komunikasi politik.

#### 4. Perubahan sosio-kultural

Media yang tidak terpakai telah mengubah berbagai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat yang begitu jauh. Kemajuan mekanis sangat mempengaruhi cara individu berkomunikasi dan biasanya pola mutualistik yang membentuk sistem sosial. Perubahan desain komunikasi ini juga dapat berdampak pada perubahan desain interaksi masyarakat yang berpindah dari bentuk asli (fisik) ke bentuk virtual (komputerisasi).

#### E. Media Sosial

Media sosial adalah media online, dimana klien dapat mengambil bagian, berbagi dan membuat blog, kerangka sosial, wiki, pertemuan dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan Wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Sependapat dengan Antony Mayfield dari iCrossing, media sosial adalah tentang kemanusiaan. Masyarakat awam berbagi pemikiran, berkoordinasi dan berkolaborasi untuk mewujudkan sesuatu, berpikir, berjuang, mencari orang yang bisa menjadi teman baik, mencari aksesoris, dan membangun komunitas. Intinya, memanfaatkan media sosial menjadikan kita siapa diri kita sebenarnya. Selain karena kecepatan informasi yang bisa didapat dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri di media sosial menjadi alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tanpa kasus luar biasa, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan untuk membentuk individual branding muncul.

Berkembangnya web yang belum terpakai memudahkan siapa saja untuk membuat dan yang terpenting menyebarkan substansi klaimnya. Postingan buku harian web, tweet, atau rekaman di YouTube dapat disalin dan dilihat oleh jutaan orang tanpa biaya. Promotor tidak perlu mengeluarkan uang sepeser pun kepada pedagang besar atau grosir untuk mempertahankan promosinya. Saat ini dukungan dapat menciptakan substansi tersendiri yang menarik dan dilihat oleh banyak orang (Zarella, 2010: 2).

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mencirikan media sosial sebagai “kumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas landasan ideologis dan inovatif Web 2.0, yang memberdayakan pembuatan konten dan perdagangan.” *user-generated content*”.

a) Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik unik yang tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada batasan-batasan tertentu dan karakteristik yang tidak biasa yang dimiliki media sosial dibandingkan dengan media lain. Ciri-ciri media sosial (Rulli Nasrullah, 2015:15), secara spesifik:

1. Jaringan (network)

Media sosial mempunyai karakter organisasi sosial. Media sosial dibangun dari struktur sosial yang dibentuk di dalam sistem atau web. Bentuk organisasi antar klien dapat berupa pengaturan yang secara inovatif diintervensi

oleh gadget inovatif, seperti komputer, ponsel serbaguna, atau tablet. Pengorganisasian yang terbentuk antar klien pada akhirnya membentuk sebuah komunitas, misalnya Facebook, Twitter dan lain-lain.

## 2. Informasi (information)

Di media sosial, data menjadi produk yang dikeluarkan oleh klien. Komoditas ini pada dasarnya adalah komoditas yang dikirimkan dan disampaikan antar klien itu sendiri. Dari latihan pemanfaatan tersebut, klien dan klien lainnya membentuk suatu pengorganisasian yang pada akhirnya, sengaja atau tidak, mengarah pada pengajaran komunitas yang terorganisir.

## 3. Arsip (archive)

Bagi pengguna media sosial, kronik sudah menjadi karakter yang menjelaskan bahwa data telah tersimpan dan dapat diakses kapan saja dan melalui gadget apa saja. Data apa pun yang ditransfer di Facebook tidak akan hilang begitu saja pada pergantian hari, bulan, atau bahkan tahun.

## 4. Interaktif (interactivity)

Karakter mendasar dari media sosial adalah pengaturan sistem antar klien. Perjanjian ini tidak adil untuk memperluas persekutuan atau pengikut di

web, tetapi juga harus dibangun berdasarkan kecerdasan di antara klien-klien ini.

b) Jenis media sosial

Kaplan dan Haenlein membuat plot klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Commerce Skylines yang diterbitkan pada tahun 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein, ada enam jenis media sosial:

1. Proyek kolaborasi

Situs ini mengizinkan klien untuk mengubah, memasukkan, atau menghapus konten di situs ini. Untuk kasus Wikipedia.

2. Blog dan microblog

Klien lebih bebas terhadap hal-hal spesifik di web journal ini, seperti melampiasikan atau mengkritisi pendekatan pemerintah. Misalnya saja Twitter.

1. Zat

Klien situs ini berbagi substansi media satu sama lain, seperti rekaman, eBook, gambar, dll. Misalnya YouTube.

2. Tempat pengorganisasian sosial

Aplikasi yang memungkinkan klien untuk berkomunikasi dengan membuat data individual sehingga dapat berinteraksi dengan individu lain. Data individu dapat menyertakan foto. Ilustrasi Facebook.

### 3. Dunia pengalihan virtual

Dunia virtual, yang mereproduksi lingkungan 3D, di mana klien dapat muncul dalam bentuk avatar yang didambakan dan terhubung dengan orang lain seolah-olah di dunia nyata. Misalnya saja pengalihan online.

### 4. Dunia sosial maya

Dunia virtual dimana klien merasa seperti mereka hidup di dunia virtual, lebih seperti dunia hiburan virtual, pergaulan dengan orang lain. Namun, Dunia Sosial Virtual lebih terbebaskan, dan lebih mengarah pada kehidupan, misalnya kehidupan sesaat.

## c) Ciri-Ciri Media Sosial

1. Pesan yang dikirimkan tidak ditujukan kepada satu orang saja namun dapat dikirimkan ke banyak orang, misalnya pesan melalui SMS atau internet
2. Pesan disampaikan secara cuma-cuma, tanpa harus melalui Wali.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan media lain.

4. Penerima pesan menentukan waktu interaksi.

d) Manfaat dan Fungsi Media Sosial

1. Karena media sosial adalah bagian dari sistem asosiasi, afiliasi, dan komunikasi, kita harus menyikapinya dengan mempertimbangkan karakteristik kapasitas dalam asosiasi, afiliasi, dan spekulasi komunikasi di masyarakat.
2. Berikut sikap-sikap yang harus kita ambil sehubungan dengan peran, manfaat, dan fungsi media sosial:
  3. 1. Makna pembelajaran, perubahan, dan kelanjutan.
  4. Aplikasi media sosial yang khas dapat dimanfaatkan untuk pembelajaran melalui berbagai informasi, data, dan permasalahan yang terkandung di dalamnya. Di sisi lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Substansi di media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan pendirian, keyakinan, tradisi, dan kecenderungan terkait sosial, sosial, uang yang berbeda. Oleh karena itu, memang benar bahwa dalam arti positif, media sosial bisa menjadi buku referensi yang berkembang pesat di seluruh dunia. Dalam keadaan seperti ini, pengguna media sosial harus mempersiapkan diri secara mendasar, pemeriksaan yang tajam, refleksi yang mendalam, wawasan dalam memanfaatkannya, dan rasa memegang kendali Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi.

Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya adalah gudang dan dokumentasi berbagai substansi, mulai dari profil, informasi, kejadian. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya adalah wadah dan dokumentasi berbagai substansi, mulai dari profil, data, laporan kejadian, rekaman acara, hingga kejadian. pertimbangan investigasi. Dalam kondisi ini, organisasi, pengajar, dan masyarakat dapat mengambil manfaat dengan membentuk pendekatan pemanfaatan media sosial dan mengatur seluruh spesialis untuk memaksimalkan kerja media sosial sesuai dengan target yang telah ditentukan. Beberapa hal yang dapat dilakukan dengan media sosial antara lain membuat jurnal web organisasi, menyusun berbagai lini dalam perusahaan, menyampaikan substansi penting yang menyetujui tujuan dalam masyarakat, atau memanfaatkan media sosial dalam memahami antarmuka, visi, misi, tujuan, kemampuan dan koherensi operasi organisasi..

### 3. Implikasi penataan, tata cara dan administrasi.

Media sosial akan didorong dan ditampilkan pada tempatnya, khususnya di dalam ruang klien. Dengan cara ini, media sosial di tangan organisasi dan pakar kemajuan dapat menjadi senjata ampuh untuk menyederhanakan perencanaan dan perbaikan. Misalnya, melakukan

pengembangan, menarik klien setia, mengumpulkan keandalan klien, menyelidiki distribusi, mengajarkan keterbukaan, dan mengumpulkan reaksi terbuka.

#### 4. Saran pengendalian, penilaian dan estimasi.

Media sosial berguna untuk melakukan pengendalian organisasi dan mensurvei berbagai rencana dan teknik yang telah dilakukan. Tidak diragukan lagi, umpan balik dan kinerja terbuka harus menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter evaluasi. Sejauh mana masyarakat terbuka mengenali suatu isu atau kekhawatiran, strategi apa yang diambil atau gagal dilakukan masyarakat, dan apa keinginan masyarakat terbuka, dapat dilihat langsung melalui media sosial. Kemajuan keinginan, keinginan, kecenderungan, pilihan dan posisi pemahaman terbuka akan terekam dengan baik di media sosial. Selain itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai instrumen preventif yang ampuh dalam menghalangi atau mempengaruhi pemahaman masyarakat.

#### e) Efek media sosial

##### 1. Efek Positif

- Sumber data, lebih sedikit permintaan dan lebih cepat serta lebih jelas. Data-data yang terdapat di media sosial pun bergeser, mulai dari materi pekerjaan, pendidikan, memasak, hingga materi ringan seperti keseruan atau komik.

- Media komunikasi yang mempunyai jangkauan luas, mudah digunakan, dan sebagian besar mudah didapat. Misalnya, dengan WhatsApp saya dapat melakukan panggilan video ke teman saya di Jepang dengan sangat mudah. Kembangkan lingkaran sosial Anda, terhubung dengan teman lama, atau kehilangan teman secara efektif.  
Bertukar informasi atau data seperti foto/video secara efektif dan cepat.
- Acara yang jarang terjadi dengan jangkauan yang lebih luas, lugas, murah namun terpusat. Seperti memajang produk secara terbuka melalui Instagram, memanfaatkan iklan Facebook, dan lain sebagainya.
- Misalnya, kegembiraan dengan mengunjungi situs-situs lucu, e-novel, e-comics, atau membaca sekilas bagian-bagian yang telah diperiksa dengan cermat.
- Menimbulkan kecurigaan atau mengomunikasikan kecurigaan secara luas. Kesimpulan yang disebarkan melalui media sosial bisa menjadi viral dan menjangkau seluruh negara dan bahkan seluruh dunia.
- Mempelajari sesuatu, misalnya dengan mengamati rekaman cara membuat kue tar, membuat busana, atau merias wajah.
- Kesempatan untuk menjadi orang yang berbeda. Misalnya, orang yang cenderung rendah hati akan lebih menarik dalam menyampaikan kesimpulannya melalui media sosial.
- Membangun rasa percaya diri seseorang dalam bersosialisasi.

## 2. Efek Negatif.

- Terjadi lubang informasi. Baik antara pengguna media sosial yang berhasil mendapatkan informasi unik dan langsung dengan orang yang tidak memanfaatkan media sosial, atau antara pengguna media sosial itu sendiri, misalnya antara mereka yang berinteraksi dengan pihak yang tidak.
- Keterpaksaan bermedia sosial, yang berarti seseorang menjadi sangat terikat dengan media sosial. Menghabiskan sebagian besar waktunya sehari-hari di media sosial, sehingga ia sering mengabaikan orang-orang di sekitarnya dan bahkan tugas-tugas yang harus ia kerjakan.
- Menurunnya konsentrasi dalam merencanakan wawasan dengan individu lain.
- Menimbulkan kecemburuan sosial. Misalnya saja dengan
- identitas tak terpakai yang sangat bertentangan dengan kepribadian seseorang.
- Gangguan identitas, misalnya dengan membuat akun Facebook artis dan membuatnya tampak seolah-olah ada hubungannya dengan sang ahli.
- Pencurian/penyalahgunaan data seperti foto, catatan, dll. 8. Untuk kasus pembuatan kain yang mengandung unsur pemerasan.
- Pelanggan, misalnya, tertarik dengan berbagai pemberitahuan dan melakukan pembelian dengan kartu kredit tanpa mempertimbangkannya.

- Mempermudah penyebaran infeksi. Misalnya saja dengan membuat konten berisi gabungan pada halaman-halaman tertentu yang di dalamnya terdapat infeksi.

#### f) Motivasi Menggunakan Media Sosial

Penggunaan media sosial tidak lepas dari inspirasi yang mendorong seseorang untuk melakukannya. Secara hipotetis, ada beberapa inspirasi yang memberdayakan seseorang dalam menggunakan media sosial seperti yang dikemukakan oleh McQuail (2000) seperti dikutip Ratu (2011: 44-45) :

##### 1. Faktor informasi

Konsep hyperlink dan meme di web memudahkan klien dalam mencari data. Melalui web, klien akan dihadapkan pada gelombang data yang sangat besar yang diperlukan bagi orang-orang yang baru pertama kali menggunakan web untuk beroperasi secara ideal.

##### 2. Identitas personal

Klien memanfaatkan media sosial untuk menghubungkan artis-artis pertunjukan media dengan karakter tertentu sendiri.

##### 1. Komponen integrator dan interaksi sosial

Web telah berhasil menyingkirkan media rutin satu langkah di belakang.

## 2. Hitung kegembiraan

Banyak orang memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan kesenangan dan kegembiraan.

### F. *Instagram*

Salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang mengalami perkembangan yang sangat pesat dan memiliki banyak penggemar terutama di kalangan anak muda. Instagram merupakan media sosial berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan rekaman dari ponselnya (Frommer, 2010). Dan Instagram juga merupakan aplikasi di mana pengguna dapat mengambil foto, menerapkan perubahan terprogram, dan membagikannya ke layanan pendukung media sosial lainnya, termasuk Instagram itu sendiri. Media sosial ini berpusat pada gambar atau foto. Aliran berbagi foto ini juga mempunyai fungsi lain, bukan sekedar berbagi secara wajar namun juga menjadi wadah untuk eksistensi diri. Instagram menempati posisi ke-2 media sosial yang paling sering dimanfaatkan oleh 15% atau 19,9 juta klien. Meski begitu, tidak dapat dipungkiri bahwa meskipun memiliki manfaat, namun juga dapat menimbulkan dampak yang merugikan dan tidak menyenangkan, mulai dari kasus pemerasan hingga kemarahan, yang semuanya bersumber dari internet. Ada akun-akun Instagram ternama yang sangat mengapresiasi foto-foto yang mereka

transfer, sehingga bisa memiliki ribuan, ratusan bahkan jutaan pengikut akun. Di Instagram, klien yang memiliki sebagian pengikutnya disebut Selebgram. Senada dengan Sheldon dan Bryant (2015), perbedaan antara Instagram dan media sosial lainnya terletak pada pengenalan identitas seseorang. Sementara tujuan pengguna Instagram adalah kepuasan mengunggah foto dan rekaman diri dan aktivitasnya, mengecek foto orang lain, dan mengembangkan kreativitasnya.

Dengan demikian, menampilkan gaya hidup dalam bentuk foto dan rekaman gaya hidup merupakan bagian dari person branding. Cara mengkonstruksi person branding adalah dengan menampilkan keunikan dan kualitas dari individu yang bersangkutan. Foto seputar kehidupan menjadi bahan terpenting dalam mengunggah foto untuk membangun person branding. Jadi seseorang bisa secara transparan memperlihatkan penampilannya dalam foto yang ditukarkan ke Instagram. Para wanita tersebut menampilkan kehalusan dan karakternya dalam postingan Instagram. Senada dengan Tidenberg (2015), penekanan pada kehormatan jelas terlihat pada transfer potret diri yang ditampilkan pada akun Instagram masing-masing. Sejarah Instagram

Instagram memiliki dua pencetusnya. Yang pertama adalah Kevin Systrom, yang secara blak-blakan dikenal sebagai salah satu orang yang berkecimpung di dunia App. Systrom berkembang di pinggiran kota Boston yang dikenal sebagai Holliston. Ia lulus dari Stanford College pada tahun 2006 dengan dua jurusan di bidang bangunan dan organisasi. Saat itu ia bergabung dengan Google selama dua tahun dengan tugas mengelola Gmail dan kemudian bekerja di grup Endeavour Enhancement. Dengan

banyaknya aktivitas yang dilakukan di dunia media sosial, Kevin perlu melakukan sesuatu yang menjadi tuntutannya. Saat itulah Kevin Systrom memulai pengembangan startupnya, karena dari awal ia seorang desain program komputer, ia mampu mengawasinya dengan baik. Dia melihat potensi kemudahan dan ledakan dari Aplikasi yang berpusat pada check-in berbasis lokasi. Setelah itu ia beralih ke standar dengan situs web bernama Burbn.com (George Berkowski, 2016: 91).

a) Logo Instagram

Cerita Instagram hampir tidak seperti Kevin Systrom. Seperti yang sering terjadi, ada pencetus lain, yaitu Mike Krieger. Setuju dengan Kevin, meskipun faktanya dia tidak begitu dikenal secara terbuka, Mike adalah jiwa dari Aplikasinya. Mike tumbuh di Brasil, dan pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk mempertimbangkan mendesain di Stanford College.



Rencana tersebut lebih bersifat preservatif, tetapi mengkonsolidasikan tuntutan kuat pada organisasi dan pembangunan. Setelah lulus dari Stanford College, ia bergabung dengan startup Superhot Meeb, sebuah platform obrolan berbasis motor

eksekusi yang menjadi terkenal. Apapun yang terjadi, yang benar-benar dibutuhkan Mike adalah melakukan sesuatu yang canggih dan unik.

Dari keinginan paralel ini, mereka bertemu. Berasal dari kampus yang sama menyimpulkan keduanya tidak termasuk dalam kesusahan apapun. Dimana Kevin tahu bahwa dengan bergabungnya Mike, mereka akan menyiapkan sesuatu yang sangat berbeda. Awalnya Kevin tidak tahu persis apa hubungannya dengan Burbn.com, aplikasi yang dia buat beberapa waktu sebelumnya. Saat itu dengan bantuan kekasihnya, Nicole. Instagram diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Pada hari pertamanya, Instagram menarik sekitar 25.000 klien. Dalam beberapa bulan, tepatnya Mei 2011, angkanya mencapai 3,75 juta. Kevin Systrom dan Mike Kreiger melanjutkan eksekusi dan centering mereka yang luar biasa. mereka sepenuhnya terpusat pada satu gadget, iPhone, dan melakukan satu hal, khususnya berbagi foto. Twitter dan Facebook mengikuti kemajuan Instagram dengan rasa penasaran dan kegelisahan. Kemajuan seperti ini bisa menjadi peluang jika diselesaikan sendiri. Pada bulan April 2011, keadaan mulai menghangat di Instagram. Dalam beberapa bulan terakhir, basis penggunaannya telah berkembang menjadi 30 juta dan kustomisasi Android siap diluncurkan.

Tepatnya, pada Kamis, 5 April, Zuckerberg yang saat itu menjabat sebagai CEO Facebook mengirimkan pesan singkat kepada Kevin Systrom yang menyatakan perlu mengkajinya terlebih dahulu. Saat bertemu, Zuckerberg menanyakan bahwa

Facebook adalah rumah terbaik untuk Instagram. Pada saat itu dia mengubah pengaturannya. Dengan angka akhir yang disetujui sebesar \$1 miliar kemungkinan merupakan kombinasi dari tawaran Facebook dan pemanis tunai sebesar \$500 juta. Salah satu alasan terbesar perusahaan melakukan akuisisi adalah untuk memberdayakan uang muka. Facebook mengakuisisi Instagram senilai \$1 miliar untuk memenuhi persyaratan salah satu aplikasi fotografi sosial yang paling cepat berkembang. Terlihat jelas bahwa klien Instagram yang saat itu berjumlah 300 juta orang, memperdagangkan foto dalam jumlah yang sangat besar hingga melampaui volume perdagangan foto yang dilakukan oleh klien Facebook sendiri. Kemajuan Instagram sangat cepat dengan hadirnya Instagram yang telah mencapai 150 juta klien. Biasanya merupakan pencapaian rekor yang luar biasa. Keasyikan Instagram bisa menjadi prosedur tampilan luar biasa yang memanfaatkan hal-hal tersebut sebagai alat komunikasi. Keunggulan Instagram adalah membuka peluang kerja sebagai saluran distribusi. Sekitar 3 juta pengguna Instagram mengunggah foto mereka melalui Twitter atau Facebook. Artinya mengarahkan pengguna Instagram dengan penuh harapan dan sengaja memanfaatkannya sebagai alat komunikasi produk, tanpa merasa harus membuatnya. Namun dengan semakin banyaknya pengguna Instagram, Instagram dapat digunakan secara fleksibel di perangkat serba guna seperti ponsel serbaguna atau komputer tablet. Keunggulan ini memudahkan siapa saja untuk mengakses Instagram dimana saja dan kapan saja. Dengan pesatnya perkembangan klien Instagram, saat ini banyak pedagang yang melirik aplikasi ini karena kemudahannya dalam

memperdagangkan bundel foto produk dan klien juga dapat memberikan komentar secara efektif dan cepat.

## b) Sorotan Instagram

### 1. Kamera

Instagram menggabungkan serangkaian fitur utama yang membuatnya lazim di antara jutaan klien. Yang paling utama adalah fitur kamera, dimana pengguna lewat Instagram tidak bisa langsung bertukar foto dari layar. Bagaimanapun, Anda juga dapat secara khusus memotret atau merekam momen dari dalam aplikasi, lalu mengubahnya, menyumbangkan keterangan, lalu membagikannya.

### 2. Editor

Instagram memiliki alat editor yang digunakan pengguna untuk membersihkan foto yang diambil dengan kamera perangkat mereka. Di sini Anda akan menemukan 10 alat editor menarik untuk mengubah pendahuluan, bagian, dan perendaman serta menggerakkan jari Anda. Dalam perombakan terbarunya, Instagram saat ini tidak memerlukan foto persegi, namun mendukung representasi dan tampilan elektif. Memberi klien kemampuan beradaptasi dalam hal berbagi foto dengan titik pusat yang lebih luas.

### 1. Tag dan Hashtag

Layaknya sistem sosial pada umumnya, Instagram juga dilengkapi dengan fitur tag dan hashtag yang fungsinya untuk menandai teman atau mengumpulkan foto menjadi satu nama.

## 2. Caption

Teks berfungsi seperti penggambaran, biasanya klien dapat mengucapkan beberapa kata pada foto yang dipertukarkan. Terlepas dari tentu saja menghitung hashtag.

## 3. Integrasi ke Jejaring Sosial

Seperti yang sudah disebutkan, Instagram juga mengizinkan pengguna untuk berbagi foto atau rekaman di platform sosial lainnya seperti Facebook, Twitter, Tumblr, dan Flickr. Jika gadgetnya diaktifkan, setiap kali foto dibagikan, Instagram akan membagikannya ke media sosial terkait.

## 4. Followers/ pengikut

Dalam instagram yang dimaksud dengan supporter adalah orang-orang yang mengincar akun kita sehingga ketika kita membagikan sebuah foto akan muncul di rumahnya sehingga jika mereka menyukainya maka mereka bisa langsung menyukai foto atau video tersebut kita berbagi.

## 1. Mengikuti/diikuti

Biasanya kebalikan dari penyembah, khususnya individu yang kita ikuti. Sehingga ketika mereka mentransfer foto/video siap untuk melihat, menyukai dan mengomentari foto/videonya.

## 2. Cerita Instagram

Ini mungkin highlight terbaru yang dirilis di Instagram. Dimana di Instagram Stories kita bisa mengunggah foto atau rekaman hasil karya kita sebanyak-banyaknya tanpa harus membuat kekacauan di rumah orang lain atau mengirimkan spam ke rumah orang lain. Instagram Stories ini akan hilang secara otomatis dalam waktu 24 jam setelah kami membagikannya. Di sini siap untuk mengedit gambar, menambahkan saluran, menambahkan efek dan mengetik apa yang ingin kita bagikan. Pada saat yang sama, di sini Anda juga dapat melihat Instagram Stories orang lain.

### b) Kelebihan dan kekurangan Instagram.

- Kelebihan Instagram

1. Dalam Instagram yang di maksud kekasih adalah orang-orang yang disamakan dengan kita Perbaiki foto kita.
2. Dapat berbagi foto.
3. Memajukan barang dagangan atau penawaran secara online.

4. Instagram juga membuat InstaMessage, fitur obrolan antar klien Instagram

Kekurangan Instagram:

1. Rekaman yang kami transfer adalah yang terbesar dari 1 miniatur
2. Karena berbasis smartphone, foto-foto yang ditampilkan di Instagram sangat sedikit dan seringkali tidak terlihat jelas.

#### G. Selebgram

Selebriti adalah individu yang memiliki profil khusus dan mempunyai pengaruh luas serta pengaruh sehari-hari dalam media. Hal ini lebih sering berarti memiliki tawaran yang sangat umum, menonjol di zona tertentu dan secara efektif diakui oleh keterbukaan bersama. Selebritis dapat dimanfaatkan sebagai pemberontak yang cepat untuk melakukan diskusi dalam perpecahan yang terpusat (Royan, 2005: 12). Selebgram bisa berupa gabungan dua kata, yakni “celeb” dan kata “instagram”. Dikatakan bahwa selebriti Instagram sejak munculnya moniker seperti itu biasanya disebabkan oleh meningkatnya spesialis berbakat di media sosial Instagram yang menarik perhatian banyak pengguna Instagram untuk mengambil nyawa mereka dan meniru mereka seperti gaun yang mereka kenakan, sepatu, tata rias, dan tempat nongkrong yang lebih rutin mereka kunjungi. Kedekatan para selebgram ternyata bisa jadi sebuah keajaiban. Selebritas berpendapat bahwa banyak orang berpikir bahwa untuk menjadi terkenal Anda harus tampil di layar kecil.

Saat ini rata-rata orang bisa menjadi “selebriti” di dunia Instagram dengan ribuan hingga jutaan penggemar. Bukan momen seperti yang dikatakan para penganut dramatisasi melodi. Apa alasannya? Hal ini tidak lepas dari ketertarikan generasi muda terhadap media sosial. Mereka mencerminkan karakteristik media sosial dengan karakteristik klaimnya. Memang benar, Instagram mempunyai ciri khas yang beragam. Media sosial ini fokus pada visual, baik foto maupun rekaman, dalam berbagi karya di internet. Banyaknya jumlah klien Instagram saat itu menciptakan zona perdagangan. Selebriti dengan pengikut setia menciptakan yang kemudian mendekati merek-merek terkenal untuk memamerkan produknya. jangka waktu garansi.

Biasanya, seseorang dianggap selebriti jika mereka memiliki sedikitnya 20.000 pendukung. Jika saat ini Anda sudah memiliki lebih dari 20.000 pengikut, ada brand yang “rindu” di setiap postingan selebgram. Barang-barang yang digunakan para selebritis ini bermacam-macam, mulai dari mobil, alat elektronik, perlengkapan umum, hingga perlengkapan mandi. Moniker selebgram sendiri biasa diberikan kepada akun pribadi seseorang yang mencakup sekumpulan fans atau penggemar, karena foto atau rekaman yang diperjualbelikan oleh orang tersebut membuat penasaran dan disukai banyak pengguna Instagram lainnya. Tak terkecuali jika foto atau rekaman yang diperjualbelikan menjadi viral dan menjadi bahan perbincangan di kalangan netizen. Karena itu, pemilik akun tersebut menjadi tersebar luas dan terkenal di kalangan netizen dan pengguna Instagram itu sendiri.

Selebriti sendiri pada umumnya adalah individu yang populer, atau anak-anak mereka adalah individu yang terkenal, atau kerabat mereka adalah individu yang terkenal, atau teman mereka adalah individu yang populer, atau teman perempuan mereka adalah individu yang terkenal. umumnya. Kalau tidak termasuk dalam kategori itu, maka masih ada kategori lain, yaitu seseorang yang 'sangat' kaya, atau seseorang yang 'sangat' cantik dan ganteng, atau seseorang yang suka melihat 'sangat'. . Selebriti sering kali mendapatkan keuntungan dari ketenaran mereka. Selain menjadi orang yang terbuka dan mendapatkan paket sosial, dengan menjadi seorang selebriti Anda juga bisa mendapatkan paket dari berbagai merek dan toko online. Setiap orang bisa menjadi selebriti asalkan mempunyai pendukung, mempunyai foto-foto yang bagus dan menarik, mempunyai karakter yang menarik, mengunggah foto sesering mungkin, mengetahui waktu terbaik untuk mengunggah foto, dan memiliki jiwa sosial. Memang benar, saat ini sudah banyak spesialis yang merangkap sebagai selebriti Instagram yang spesialis berbakatnya dijadikan sebagai celebrity endorser. Investigasi penggemar Instagram saat ini sebanding dengan apa yang terjadi di Twitter. Semakin banyak penggemarnya, semakin populer dia di dunia Instagram.