

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini bertujuan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian berikutnya, sehingga penelitian bisa berkembang dengan baik. Referensi yang digunakan oleh penulis dari penelitian terdahulu pun bervariasi dari teori hingga mode yang digunakan dalam melakukan penelitian tersebut. Tujuan utama dari referensi berupa penelitian terdahulu yaitu untuk memberikan gambaran yang relevan untuk penelitian selanjutnya guna mendukung penelitian yang memiliki keterkaitan judul dan permasalahan.

1) Rijal Arif (2023), Akun Instagram @Ilmu_Komunikasi_Unh sebagai Media Informasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi

Perkembangan teknologi sebagai sarana penyebaran informasi, khususnya melalui media sosial seperti Instagram. Akun @ilmu_komunikasi_Unh dimanfaatkan sebagai platform informasi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Nurdin Hamzah. Dalam kajian ini, digunakan teori new media yang dikemukakan oleh Suparno (2016), yang mengelompokkan karakteristik media baru ke dalam lima aspek utama: Packet-Switching, Multimedia, Interactivity, Synchronity, dan Hypertextuality. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian terdahulu diatas menyatakan bahwa Akun Instagram @ilmu_komunikasi_unh sebagai media informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nurdin Hamzah Jambi yaitu sebagai sumber

informasi utama mahasiswa Ilmu Komunikasi, dimanfaatkan untuk media informasi yang berperan dalam mempromosikan keberagaman serta kehidupan kampus. Platform ini menawarkan variasi konten yang selaras dengan karakteristik media baru, seperti multimedia melalui *fitur feed, story, dan highlight*; *hypertextuality* dengan pemanfaatan tagar, mention, dan tautan PMB; interactivity melalui fitur komentar, suka, dan pesan langsung; *synchronity* dengan penggunaan fitur siaran langsung; serta *packet switching* melalui berbagi konten ke pengguna lain. Namun, dalam penerapannya, terdapat sejumlah kendala, seperti keterbatasan jumlah pengelola akun, terbatasnya informasi yang disampaikan, serta pola unggahan yang cenderung monoton. Penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan dari penelitian terdahulu disini persamaanya menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas mengenai media sosial instagram dan memiliki perbedaan penelitian yang berfokus pada informasi saja sedangkan yang penelitian teliti saat ini media infomasi dan literasi.

2) Riani Khusna Ari Shandy(2023), Literasi Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam Menentukan Informasi yang dipercaya

Era globalisasi telah membuka akses tanpa batas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran informasi melalui berbagai media. Kemajuan teknologi informasi turut berkontribusi terhadap perkembangan pesat media sosial, salah satunya Instagram. Platform ini menjadi sumber informasi yang beragam, meliputi topik seputar perguruan tinggi. Berbagai akun di Instagram secara khusus menghadirkan informasi lengkap terkait perguruan tinggi, mulai dari profil institusi hingga berbagai aspek penting yang relevan bagi calon mahasiswa, profil program studi, pembelajaran yang dipelajari oleh jurusan, peluang pekerjaan, jalur masuk ke perguruan tinggi, dan saran untuk melakukan seleksi masuk perguruan tinggi. Sudah jelas bahwa informasi ini akan sangat bermanfaat bagi siswa,

terutama mereka yang merencanakan untuk meneruskan pembelajaran mereka ke jenjang perguruan tinggi. Akun ini dapat membantu siswa memilih perguruan tinggi. Data yang tersedia dapat dimanfaatkan untuk memilih jurusan serta menentukan perguruan tinggi yang paling selaras dengan minat dan potensi dari individu.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Analisis data dilakukan secara induktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sesuai dengan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman serta didukung oleh teori literasi informasi. Temuan Penelitian mengungkapkan bahwa mahasiswa menyadari bahwa informasi yang tersebar di media sosial Instagram tidak selalu sepenuhnya dapat dipercaya. Untuk mengatasi hal itu, mahasiswa dapat mengaplikasikan keterampilan literasi media. Dalam mendapatkan informasi dari Instagram, mereka membaca dan mencermati isi pesan secara teliti, memverifikasi ulang pihak penyampai informasi, serta memeriksa sumber-sumber yang dicantumkan dalam unggahan tersebut. Selain itu, mahasiswa juga membandingkan informasi yang diperoleh dari Instagram dengan informasi dari platform lain untuk memastikan keakuratan dan validitasnya. Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan yang dimana peneliti berfokus pada mahasiswa ilmu perpustakaan Universitas Diponegoro sedangkan peneliti membahas mahasiswa baru universitas Muhammadiyah Bengkulu dan persamaannya sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

3) Septiana Arisa Putri (2023), Pengalaman Informasi Mahasiswa Baru Universitas Diponegoro dalam Memanfaatkan Instagram untuk Menentukan Pilihan perguruan Tinggi

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengungkap perjalanan informasi yang dialami oleh mahasiswa baru Universitas Diponegoro dalam menggunakan Instagram sebagai sarana untuk menentukan perguruan tinggi yang sesuai. Teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratification*, sedangkan metode yang dipakai adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil analisis menunjukkan bahwa terkandung empat tema utama yang berkaitan dengan perjalanan mahasiswa dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai referensi pemilihan perguruan tinggi. Tema pertama adalah motivasi mahasiswa dalam memanfaatkan Instagram untuk memilih perguruan tinggi, yang mencakup berbagai keunggulan platform ini sehingga menjadi pilihan utama dalam mencari informasi. Tema kedua berkaitan dengan kemudahan akses informasi, di mana mahasiswa dapat memperoleh informasi tentang perguruan tinggi melalui Instagram secara yang mudah diakses. Tema ketiga mengungkapkan temuan informasi, berupa beragam konten bermanfaat mengenai perguruan tinggi yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Tema keempat menggambarkan pandangan mahasiswa baru Universitas Diponegoro terhadap peran Instagram sebagai media yang membantu mereka dalam menentukan pilihan perguruan tinggi.

Mahasiswa menilai Instagram sebagai platform yang efektif untuk mencari informasi mengenai perguruan tinggi yang sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, media sosial ini juga berperan penting dalam membantu mereka dalam proses pemilihan perguruan tinggi. Penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dari peneliti sebelumnya yang dimana penelitian terdahulu menggunakan teknik analisis data yaitu *thematic analysis* dan persamaannya yang membahas mengenai informasi dan mahasiswa baru.

2.2 Kerangka Konsep dan Landasan Teori

2.2.1 Media Sosial

Media sosial adalah media berbasis online yang memungkinkan penggunaanya untuk berpartisipasi secara aktif, membagikan informasi, serta menciptakan konten yang mencakup blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Di antara berbagai jenis media sosial, blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Berdasarkan pendapat Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, media sosial dapat diartikan sebagai kumpulan aplikasi berbasis internet yang berakar pada prinsip-prinsip ideologi dan teknologi Web, serta memberikan peluang bagi penggunaanya untuk berinteraksi dan berkreasi ke pengguna lain untuk menciptakan dan mendistribusikan konten secara mandiri (Guntoro et al., 2022).

Constantinides dalam Grace (2019:2), mengatakan bahwa media sosial adalah teknologi informasi yang berkembang pesat seiring dengan perubahan zaman, sehingga keberadaannya saat ini menjadi fenomena yang sangat populer. Sementara itu, Zarella (2010) dalam Yuni Tresnawati dan Kurniawan Prasetyo (2018:107) menyatakan bahwa media sosial adalah sebuah industri pemasaran yang baru, yang berfungsi sebagai sarana komunikasi satu arah yang dilengkapi dan diperkuat oleh media pemasaran tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar. Media sosial juga memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah dengan memberikan kesempatan kepada setiap individu untuk menyebarkan informasi serta berpartisipasi dalam percakapan yang berlangsung secara daring” (Ayes Novaldo, 2016)

Transformasi media sosial menunjukkan peningkatan yang pesat dalam peran dan fungsinya, menjadikannya alat komunikasi dan informasi yang dominan di era digital. Pada tahun 2002 Friendster

menjadi platform yang paling mendominasi karena pada masa itu belum banyak pesaing, kini telah hadir berbagai jenis media sosial dengan ciri khas dan keunikannya masing-masing. Sejarah media sosial sendiri berawal pada tahun 1970-an, ketika ditemukan sistem papan buletin yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan orang lain melalui surat elektronik, serta mengunggah dan mengunduh perangkat lunak. Aktivitas ini masih dilakukan menggunakan saluran telepon yang terhubung melalui modem (Guntoro et al., 2022).

Antara tahun 1997 hingga 1999, muncul platform media sosial awal seperti *SixDegrees.com* dan *Classmates.com*. *SixDegrees.com*, diluncurkan pada tahun 1997, memungkinkan pengguna membuat profil dan menghubungkan diri dengan teman-teman mereka, berdasarkan konsep "enam derajat keterpisahan" . Sementara itu, *Classmates.com*, yang didirikan pada tahun 1995, berfokus pada penghubungan kembali individu dengan rekan sekolah dan kampus mereka

Memasuki tahun 2002, *Friendster* muncul sebagai media sosial yang sangat populer dan sempat menjadi fenomena global. Sejak 2003, berbagai platform media sosial terus bermunculan dengan ciri khas dan keunggulan masing-masing. LinkedIn hadir sebagai jaringan profesional, sementara *MySpace* menawarkan personalisasi profil yang menarik. Facebook, yang diluncurkan pada 2004, dengan cepat menjadi platform dominan. Twitter memperkenalkan konsep microblogging pada 2006, dan platform-platform lain seperti Instagram dan TikTok terus memperkaya lanskap media sosial dengan fitur-fitur inovatif. Seiring perkembangan tersebut, media sosial kini juga digunakan sebagai sarana pemasaran digital, termasuk aktivitas seperti *Social Media Maintenance*, *Social Media Endorsement*, dan *Social Media Activation*. Oleh sebab itu, media sosial telah menjadi salah satu layanan utama yang ditawarkan oleh berbagai agensi digital saat ini (Guntoro et al., 2022).

A. Karakteristik Media Sosial

Media sosial mempunyai ciri khas tersendiri yang membedakannya dari jenis media siber lainnya. Media sosial memiliki sejumlah batasan dan karakteristik unik yang membedakannya dari jenis media lainnya, yaitu: (Rulli Nasrullah, 2014: 15) yaitu:

1. Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakteristik sebagai jaringan sosial. Media ini dibangun melalui struktur sosial yang terbentuk dalam ruang jaringan atau internet. Interaksi antar pengguna media sosial terbentuk melalui jaringan yang dimediasi oleh perangkat teknologi seperti komputer, ponsel pintar, atau tablet. Jaringan ini kemudian berkembang menjadi komunitas digital, seperti yang terlihat pada platform Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya.

2. Informasi

Dalam ranah media sosial, informasi menjadi aset berharga yang dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai komoditas. Komoditas ini sejatinya dihasilkan dan disebarluaskan oleh pengguna itu sendiri kepada pengguna lain. Melalui aktivitas tersebut, terbentuklah jaringan antar pengguna yang lain, baik secara langsung maupun tidak, institusi masyarakat yang saling terhubung dalam jejaring.

3. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, fitur arsip berfungsi sebagai penanda atau alat yang memastikan setiap konten tersimpan dengan baik dan dapat diakses kapan saja melalui berbagai perangkat. Segala bentuk informasi yang dibagikan di Instagram atau platform lain tidak akan lenyap meski waktu terus berjalan; unggahan tersebut tetap tersedia, baik setelah hari berganti, bulan berlalu, maupun bertahun-tahun kemudian.

4. Interaktif (*Interactivity*)

Karakteristik utama adalah membangun koneksi antar penggunanya. Jaringan yang terbentuk ini bukan sekedar untuk tambahan daftar teman atau jumlah pengikut di dunia maya, melainkan harus disertai dengan interaksi yang aktif dan nyata antara penggunanya.

B. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial merupakan teknologi informasi berbasis internet yang berfungsi sebagai sarana komunikasi sekaligus sebagai media promosi dalam dunia bisnis. Menurut Rulli Nasrullah (2014:14), jenis-jenis media sosial dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Blog

Blog adalah media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membagikan aktivitas sehari-hari, memberikan komentar, serta berbagi tautan, informasi, dan berbagai konten lainnya.

2. Microblogging

Jenis media sosial ini menyediakan platform bagi pengguna untuk menulis dan menyebarkan aktivitas atau pendapatnya dalam format yang lebih ringkas. Salah satu contoh dari jenis ini adalah Twitter, yang membatasi jumlah karakter dalam setiap posting hingga 140 karakter.

3. Facebook

adalah situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan orang lain meskipun berada dalam jarak yang jauh. Platform ini menawarkan berbagai fitur tambahan, seperti permainan, layanan obrolan, panggilan video, serta halaman komunitas. Oleh karena itu, Facebook dianggap sebagai media sosial

yang paling akrab di kalangan berbagai usia, baik tua maupun muda.

4. *Twitter*

Twitter merupakan situs web yang dimiliki dan dioperasikan *Twitter Inc*, yang berfungsi sebagai layanan jejaring sekaligus *microblogging* daring. Melalui Twitter, pengguna dapat mengirim, menerima dan membaca pesan teks yang dibatasi hingga 140 karakter, yang dikenal dengan istilah *tweet*.

5. *Line*

Line adalah aplikasi platform perpesanan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai perangkat, termasuk smartphone, tablet, dan komputer. Aplikasi ini beroperasi menggunakan jaringan internet, sehingga memungkinkan penggunaannya untuk mengirim pesan teks, gambar, video, pesan suara dan lainnya sebagainya.

6. *Whatsapp*

WhatsApp adalah platform perpesanan daring yang menggunakan koneksi internet, sehingga pengguna tidak memerlukan pulsa untuk berkomunikasi. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur menarik, seperti pengiriman teks, gambar, file, audio, serta dukungan untuk panggilan video yang memungkinkan komunikasi tatap muka secara virtual.

7. *Instagram*

Instagram adalah jejaring sosial yang berfokus pada berbagai foto. Istilah "Instagram" merupakan gabungan dari dua kata: "insta", yang mencerminkan kemudahan dalam mengambil dan menampilkan foto secara cepat, serta "gram", yang diadaptasi dari kata "telegram", sebuah sarana untuk mengirimkan pesan. Nama ini mencerminkan tujuan aplikasi sebagai media untuk berbagi gambar dan informasi

secara instan (dalam hal ini berupa foto) kepada orang lain.

Adapun manfaat dari penggunaan media sosial menurut Rabaani dan Indriyani (2024) adalah sebagai berikut:

a. Mendapatkan Informasi

Media sosial menjadi sumber informasi yang luas, seperti pengumuman lowongan pekerjaan, beasiswa, serta berbagai isu yang sedang menjadi perbincangan atau *viral* di masyarakat.

b. Membentuk Komunitas

Media sosial memfasilitasi pembentukan komunitas bagi individu yang memiliki minat atau hobi yang sama, seperti kelompok pecinta kuliner atau komunitas memasak. Platform ini juga berperan dalam mengoordinasikan interaksi antar anggota meskipun tanpa pertemuan langsung, sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi dan berbagi informasi secara daring.

C. Sumber informasi dan literasi akses informasi instagram menyediakan platform yang memungkinkan mahasiswa untuk mendapatkan informasi terkini dan relevan, termasuk konten edukatif, tips, dan tutorial yang dapat membantu dalam perkuliahan.

2.2.2 Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video secara daring. Nama "Instagram" sendiri mencerminkan fungsi utama aplikasi ini. Kata "insta" diambil dari kata "instan", yang mengacu pada kamera Polaroid yang dahulu populer karena kemampuannya menghasilkan foto secara cepat atau seketika, sehingga dikenal sebagai "foto instan" (Ayes Novaldo, 2016)

Bambang mengungkapkan, Instagram adalah aplikasi yang dirancang untuk ponsel pintar dan berfungsi sebagai platform jejaring sosial. Meskipun memiliki kesamaan dengan media digital lain seperti Twitter, perbedaan utamanya terletak pada kemampuannya untuk menyajikan foto dengan sentuhan yang lebih estetik dan menarik. Berkat fitur-fiturnya yang khas, Instagram telah menjadi wadah bagi inspirasi dan kreativitas yang dapat dinikmati oleh para penggunanya (Ayes Novaldo, 2016).

Pengguna Media Sosial Instagram sekarang sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Para pengguna seolah menganggap media sosial sebagai salah satu kebutuhan utama dalam aktivitas mereka. Penggunaan media sosial kini tidak lagi sebatas untuk berkomunikasi, melainkan telah berkembang menjadi sarana untuk memanfaatkan berbagai fitur unik yang ditawarkan setiap platform. Instagram, misalnya, menyediakan lima menu utama yang terletak di bagian bawah tampilan aplikasinya, yaitu sebagai berikut: (Islam et al., 2024):

- a. Halaman Beranda (*Home Page*)

Halaman beranda yaitu tampilan utama yang memperlihatkan foto-foto yang terbaru dari pengguna lain yang sudah follow

(*followers*).

b. Jelajah (*Explore*)

Jelajah menampilkan kumpulan foto-foto terkenal yang mendapat banyak perhatian dan *like* dari pengguna Instagramnya.

c. Komentar (*Comments*)

Sebagai platform media sosial, Instagram mempersiapkan fitur komentar yang memudahkan pengguna dalam memberikan tanggapan pada foto-foto melalui kolom komentar.

d. Umpan Berita (*News Feed*)

Umpan berita yaitu fitur yang menunjukkan pemberitahuan terkait berbagai kegiatan yang dilakukan oleh penikmat Instagram.

e. Profil

Profil memungkinkan pengguna untuk melihat informasi lengkap tentang pengguna lain maupun informasi pribadi yang mereka tampilkan.

Konsep pertemanan di Instagram menggunakan istilah mengikuti dan pengikut. Mengikuti mengacu pada aktivitas mengikuti akun pengguna lain, sedangkan pengikut adalah pengguna lain yang mengikuti akun tersebut. Selain itu, pengguna Instagram dapat berkomunikasi dengan akun lain melalui fitur yang ada seperti komentar serta memberikan respons atau umpan balik dengan menggunakan fitur *Like* pada foto yang dibagikan (Islam et al., 2024).

Instagram menjadi media sosial dalam berbagi foto instagram juga memiliki dasar-dasar dalam penggunaan Instagram . Fitur dalam Instagram yaitu meliputi (Beno et al., 2022) :

1. *Feed*

Fitur ini memungkinkan pengguna dapat melihat postingan

yang diunggah oleh teman atau akun yang telah mereka ikuti.

2. *Tab Popular*

Fitur ini digunakan untuk menemukan foto-foto yang upload oleh pengguna lain. Foto-foto yang ditampilkan biasanya adalah yang paling banyak disukai dalam periode waktu tertentu. Jika ingin mencari sesuatu yang lebih spesifik, pengguna dapat memasukkan teks pada kolom username atau hashtag.

3. *Berita dan Pembaruan (News and Updates)*

Melalui fitur ini, pengguna dapat memberikan reaksi dengan teman yang di follow melalui unggahan foto, baik dengan memberikan tanda suka ataupun komentar. Setiap aktivitas akan menghasilkan notifikasi di akun pengguna, sehingga memberikan informasi tentang interaksi yang terjadi di Instagram.

4. *Suka dan Komentar (Like and Comment)*

Memberikan tanda suka (*like*) atau komentar pada foto merupakan bentuk penghargaan untuk pengguna lainnya. Jika terkesan pada suatu foto, pengguna dapat memberikan tanda suka dengan mengetuk layar dua kali (*double-tap*) dan memberikan komentar untuk berinteraksi lebih lanjut dengan pengguna lain.

5. *Profil*

Profil dapat diakses melalui ikon berbentuk persegi. Di dalam profil, terdapat arsip gambar atau foto yang pernah di upload oleh pengguna.

6. *Posting*

Posting merupakan istilah untuk unggahan foto. Foto yang akan diupload dapat diberikan efek atau lapisan supaya tampil

lebih menarik dengan memakai fitur-fitur yang sudah tersedia di Instagram.

7. Unggah Foto dan Video

Fitur ini memudahkan pengguna untuk memposting foto dan video yang nantinya akan berada di halaman para pengikut. Saat akan mengunggah, pengguna dapat langsung memilih foto atau video dari galeri ponsel atau menggunakan kamera bawaan Instagram.

8. Keterangan (*Caption*)

Caption yaitu deskripsi yang menjelaskan foto atau video yang diposting. Penjelasan yang unik dapat meningkatkan perhatian dari pengikut terhadap konten yang dibagikan.

2.2.3 Instagram @Umbengkulu

Instagram @Umbengkulu yaitu platform media sosial resmi yang digunakan untuk memberikan informasi penting, berita atau aktivitas terbaru dari Universitas. Bergabung pada agustus 2018 sampai saat ini memiliki pengikut 12,4rb dengan unggahan 1.272. Akun ini menjadi jembatan penghubung atau alat komunikasi antara pihak Universitas, mahasiswa-mahasiswi, serta alumni. Dengan desain yang menarik dan konten yang informatif, akun instagram ini sering menampilkan berbagai kegiatan akademik, seminar, aara kampus, serta penapaian mahasiswa dan dosen. Selain itu, Instagram @umbengkulu juga memberikan mengenai penerimaan mahasiswa baru dan pengumuman resmi penting lainnya.

Tidak hanya sebagai media informasi dan literasi bagi mahasiswa instagram @ umbengkulu berperan aktif dalam mempromosikan kampus di instagram stories dsb. Selain itu, foto dan video yang diunggah menermikan kampus kehidupan yang denamis dan penuh kreativitas. Dengan jumlah pengikut yang terus bertambah dengan seiring waktu membuat instagram @ umbengkulu semakin dikenal dan menjadi

akun pertama yang dikunjungi mahasiswa dalam mencari informasi, akun @umbengkulu berhasil menjadi sarana efektif untuk membangun citra positif universitas.

2.2.4 Instagram sebagai Media Informasi

Instagram sebagai platform informasi merupakan alat yang efektif untuk menyampaikan berbagai konten kepada audiens yang luas. Instagram memiliki banyak pengguna di seluruh dunia termasuk Indonesia, memungkinkan organisasi, kelompok, dan individu untuk menjangkau khalayak dengan cepat dan efektif. Pengguna dapat menyampaikan informasi dengan cara yang mudah dan menarik, interaktif dengan menggunakan fitur Instagram, seperti *feed*, *Instagram Stories*, dan *Reels*. Selain meningkatkan keterlibatan pengguna, hal ini memungkinkan penyampaian pesan yang lebih sederhana dan mudah dipahami. Oleh sebab itu membuat Instagram dapat membantu orang mencari informasi cepat dan relevan. Kemudian, penggunaan Instagram sebagai media informasi juga mencerminkan perubahan dalam cara masyarakat mengonsumsi berita.

Sebuah studi menunjukkan bahwa sekitar 68% orang Indonesia mendapatkan berita melalui platform media sosial, termasuk Instagram (Beno et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat kini lebih memilih akses cepat dan mudah untuk mencari informasi dibandingkan dengan media cetak tradisional. Dengan demikian, Instagram bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi saja tetapi juga sebagai sumber informasi dan berperan untuk meningkatkan literasi yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern.

Penggunaan Instagram sebagai sumber informasi telah membawa dampak signifikan terhadap cara masyarakat berinteraksi. Perubahan

perilaku ini mencerminkan pergeseran dari media tradisional ke platform digital yang lebih interaktif dan responsif. Sebagai contoh, akun-akun resmi pemerintah dan lembaga publik ataupun lembaga pendidikan kini aktif menggunakan Instagram untuk menyampaikan kebijakan, pengumuman, dan informasi penting lainnya kepada masyarakat luas termasuk mahasiswa.

Media informasi mempunyai manfaat sebagai sumber utama informasi, untuk mempromosikan berbagai kehidupan yang ada di kampus, dan media informasi yang beragam sebagai berikut (Chen & Lan, 2021) :

a. Sumber utama informasi

Sumber Informasi Utama mengacu pada saluran atau media yang menjadi acuan utama untuk mencari atau mendapatkan informasi yang diperlukan. Dalam penelitian ini akun Instagram @umbengkulu berperan sebagai sumber utama informasi mengenai berbagai informasi yang relevan, seperti penerimaan mahasiswa baru, kuliah umum, dan seminar, atau mengenai lingkungan kampus yang dianggap penting mahasiswa khususnya mahasiswa baru.

b. Promosi keberagaman dan kehidupan kampus

Instagram @umbengkulu berfungsi sebagai sarana promosi digital. Promosi yang dilakukan mencakup kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Serta berbagai kegiatan di kehidupan kampus.

c. Media informasi yang beragam

Pada penggunaan berbagai jenis media yang variatif untuk menyampaikan informasi kepada mahasiswa. Dalam penelitian ini, akun Instagram @umbengkulu dianggap sebagai platform yang menawarkan berbagai bentuk informasi.

2.2.5 literasi Media

Menurut Rubin (1998:99), literasi media merupakan kemampuan individu untuk memahami dan menyadari peran media serta isi pesan yang disampaikan dalam ranah komunikasi massa. Istilah ini berasal dari bahasa Inggris *media literacy*, yang terdiri dari kata *media* sebagai sarana pertukaran informasi, dan *literacy* yang berarti kemampuan untuk memahami. Literasi media mencakup proses mengakses, mengevaluasi secara kritis isi media, serta memproduksi pesan menggunakan berbagai perangkat media. Hobbs (1996:20) mengatakan bahwa literasi media adalah pemahaman sumber, teknologi komunikasi, yang digunakan, pesan yang didapat, seleksi, interpretasi, dan dampak dari pesan itu sendiri (Bruce, 2020).

Literasi Media yaitu kemampuan dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan pesan dalam berbagai bentuk media. Literasi ini meliputi pemahaman mengenai bagaimana suatu media bekerja dan bagaimana pesan itu disampaikan, dan bagaimana media memengaruhi individu maupun masyarakat. Di Indonesia, istilah ini lebih dikenal dengan sebutan melek media, yang dipandang sebagai solusi atas berbagai pandangan masyarakat terkait pengaruh serta dampak negatif yang kerap muncul dari konten media massa. Oleh karena itu, diperlukan pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan yang memadai bagi khalayak agar mampu menilai pesan atau informasi secara kritis. Proses evaluasi ini mencakup tahapan pemilihan pesan, penafsiran, serta penilaian terhadap dampak dari pesan yang diterima (Sari & Prasetya, 2022).

Tujuan literasi media adalah:

- (1) Membantu individu untuk meningkatkan pemahaman mereka terhadap media.
- (2) Membekali mereka dengan kemampuan untuk mengelolah informasi yang mungkin dapat mempengaruhi mereka dari

media dalam kehidupan sehari-hari, (3) Memungkinkan pengelolaan tersebut dapat membedakan antara pesan media yang memberikan manfaat dan meningkatkan kualitas hidup seseorang atau masyarakat, serta pesan yang memiliki potensi merugikan (Sari & Prasetya, 2022).

Dari buku Narasi dan Literasi Media, literasi media adalah salah satu aspek dari literasi informasi yang terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman, sehingga media pun ikut mengalami perkembangan. Oleh karena itu, diperlukan literasi media agar individu mampu mengembangkan keterampilan dan sikap yang tepat dalam menggunakan media. Rubin, seperti dikutip oleh Baran (2004), mengajukan tiga definisi literasi media dari berbagai sumber, yaitu: 1) Literasi media adalah kemampuan seseorang untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menyampaikan pesan. 2) Literasi media mencakup pengetahuan mengenai cara kerja media dalam masyarakat. 3) Literasi media juga melibatkan pemahaman mengenai pengaruh dari berbagai bidang misalnya budaya, ekonomi, politik, dan teknologi terhadap penciptaan, produksi, dan penyebaran pesan.

Literasi media sangat diperlukan untuk membentuk masyarakat yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, berikut adalah prinsip-prinsip literasi media menurut Aufderheide (2012): 1) Semua media adalah hasil konstruksi 2) Media membentuk persepsi kita tentang realitas 3) khalayak luas merundingkan makna dalam media 4) Media mempunyai implikasi komersial 5) Media berisi pesan ideologis dan nilai-nilai. Prinsip-prinsip ini perlu diketahui oleh individu maupun kelompok masyarakat agar mereka dapat memahami bahwa media yang dikonsumsi, baik secara sadar maupun tidak, memiliki tujuan tertentu. Dengan demikian, konsumen dapat melindungi diri dari pengaruh negatif dan menerima manfaat positif yang disampaikan oleh

media (Milyane et al., 2023).

Baran, dkk. (2006), menjelaskan beberapa elemen penting dalam literasi media, sebagai berikut : (1) Kesadaran akan pengaruh media terhadap diri seseorang; (2) Pengetahuan mengenai mekanisme yang terjadi dalam proses komunikasi massa; (3) Kemampuan merancang strategi guna menelaah dan membahas pesan-pesan yang disampaikan melalui media; (4) Pemahaman bahwa isi media merupakan representasi teks yang mencerminkan budaya serta kehidupan manusia; dan (5) Keterampilan dalam menikmati, memahami, serta menghargai isi yang disajikan oleh media.

Seiring perkembangannya, literasi media kini telah bertransformasi menjadi suatu aktivitas yang lebih terstruktur dalam bentuk program pendidikan bagi masyarakat. *Center for Media Literacy* (CML) kemudian memperluas definisinya, menyatakan bahwa literasi informasi merupakan pendekatan pendidikan abad ke-21 yang memberikan kerangka kerja untuk mengakses, meneliti, menelaah, menciptakan, dan berkontribusi beragam bentuk pesan, baik itu media cetak, tayangan video, maupun platform daring. Melalui literasi ini, individu diajak untuk memahami peran penting media dalam membentuk keterampilan kritis yang dibutuhkan setiap warga untuk berpartisipasi aktif dalam kehidupan berdemokrasi. Berdasarkan berbagai definisi yang disampaikan oleh para ahli komunikasi dan lembaga yang bergerak dalam bidang literasi media, dapat disimpulkan bahwa selama perkembangannya, literasi media yang dahulu terbatas pada kajian akademik di perguruan tinggi, kini telah berkembang lebih jauh. Ia telah menjadi gerakan yang lebih terorganisir dan melembaga, serta diarahkan untuk mempersiapkan setiap individu agar memiliki kecakapan literasi media yang memadai di masa depan. Dengan

kemajuan teknologi, terutama hadirnya internet dan media baru, pola komunikasi manusia mengalami perubahan signifikan. Hal ini menciptakan ruang baru bagi proses literasi media untuk berkembang, termasuk dalam konteks pendidikan dan penyampaian informasi.

Dalam kaitannya dengan penelitian berjudul Peran Instagram @umbengkulu sebagai Media Informasi dan Literasi Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Instagram, sebagai platform media sosial, bukan sekedar berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi saja tetapi sebagai sarana pendidikan literasi media. Akun Instagram @umbengkulu berpotensi memainkan peran penting dalam memberikan akses informasi kepada mahasiswa khususnya mahasiswa baru, seperti pengumuman akademik, panduan administratif, dan berbagai informasi terkait kegiatan kampus. Selain itu, Instagram juga memungkinkan mahasiswa untuk berpartisipasi aktif melalui fitur interaktif seperti komentar, pesan langsung, dan unggahan ulang, sehingga tercipta komunikasi dua arah yang mendukung proses pembelajaran literasi media.

Melalui akun ini, mahasiswa baru dilatih untuk mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi pesan-pesan media secara kritis. Kehadiran media sosial seperti Instagram juga mencerminkan perubahan pola komunikasi yang lebih dinamis dan berbasis komunitas, di mana mahasiswa tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga dapat menjadi pencipta konten. Instagram @umbengkulu menjadi salah satu jembatan yang strategis dalam mempersiapkan mahasiswa baru untuk menjadi individu yang melek media, kritis terhadap informasi, dan mampu berkontribusi secara aktif dalam era digital. Hal ini sejalan dengan pendekatan literasi media yang menekankan pentingnya keterampilan ini dalam kehidupan

bermasyarakat di abad ke-21.

2.2.6 Teori Media Baru

Teori media baru dikemukakan oleh Pierre Levy pada tahun 1990, yang mengatakan bahwa konsep ini ini membahas tentang evolusi media seiring dengan perkembangan teknologi. Dalam kerangka teori ini, terdapat dua perspektif utama, salah satunya adalah pandangan tentang interaksi sosial, yang mengelompokkan media berdasarkan sejauh mana kedekatannya dengan komunikasi langsung atau tatap muka. Dan integrasi sosial adalah proses penyatuan berbagai kelompok atau individu dalam masyarakat ke dalam suatu kesatuan yang harmonis, di mana perbedaan-perbedaan sosial, budaya, maupun ekonomi dapat disatukan melalui norma, nilai, dan tujuan bersama. Levy sendiri menganggap *world wide web (www)* sebagai ruang informasi yang terbuka, fleksibel, dan selalu berkembang, yang memberikan peluang bagi manusia untuk membentuk cara baru dalam mengakses dan mengelolah pengetahuan (Ii & Pustaka, n.d.)

Teori ini mengatakan bahwa organisasi atau lembaga dalam menggunakan platform Instagram sebagai saran untuk membangun citra yang baik. Teori ini menekankan bahwasannya media baru ini membahas mengenai perjalanan media dimulai dari bentuk tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi sampai ke era digital seperti saat ini (Naningsih & Ekowati, 2022). Menurut para ahli (Ii & Pustaka, n.d.):

- a. Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2002:17-18), sejarah perkembangan media komunikasi manusia dapat diklasifikasikan ke dalam empat fase. Fase pertama adalah era komunikasi tulisan, yang kemudian dilanjutkan dengan era komunikasi cetak. Selanjutnya muncul era telekomunikasi, dan yang terbaru adalah era komunikasi interaktif. Media baru sendiri lahir sebagai hasil dari

kemajuan yang terjadi pada era komunikasi interaktif ini.

- b. Menurut Ronald E. Rice, media baru adalah bentuk teknologi komunikasi yang memanfaatkan perangkat komputer seperti mainframe, Pc, dan notebook untuk memfasilitasi interaksi antara pengguna serta informasi yang mereka akses.
- c. R. Cahyo Prabowo menyatakan bahwa media baru merupakan sarana komunikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi, pertukaran pendapat, dan informasi melalui jaringan internet. Media ini menawarkan keunggulan berupa informasi yang selalu diperbarui, penyebaran informasi yang lebih cepat dan lebih efisien dalam distribusinya kepada masyarakat luas. Media baru atau *New Media* ini juga memiliki perbedaan yang cukup mendasar apabila dibandingkan dengan media tradisional seperti radio, televisi, surat kabar, dan media massa lainnya.

Teori media baru ini menjelaskan proses perkembangan media dari masa ke masa. Dalam teori ini, terdapat dua sudut perspektif utama. Pertama yaitu pandangan tentang interaksi sosial, yang menyoroti bahwa kehadiran media baru, khususnya di era digital saat ini, memberikan peluang besar bagi individu maupun organisasi untuk berinteraksi secara lebih luas dengan individu lain, atau bagi organisasi untuk menjangkau public dan target audiens mereka secara lebih efektif. Pierre Levy menegaskan bahwa *World Wide Web* (WWW) merupakan sebuah lingkungan informasi yang bersifat terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan setiap individu untuk mengembangkan wawasan baru serta berpartisipasi aktif dalam masyarakat demokratis, yang menekankan pada pemberdayaan serta interaksi timbal balik di antara anggota masyarakat (Feroza & Misnawati, 2021).

Pendekatan kedua dikenal sebagai perspektif Integrasi Sosial, yang memandang media sebagai suatu bentuk ritual, karena telah menjadi

bagian yang tak terpisahkan dari keseharian bersifat formal, dan mempunyai makna yang lebih dalam dibandingkan sekedar penggunaannya semata. Pendekatan ini menyoroti peran media dalam membantu manusia membangun tatanan sosial. Dalam hal ini, media memiliki peran yang lebih luas daripada sekedar sebagai sumber informasi atau alat literasi untuk memenuhi kebutuhan individu, melainkan juga berperan dalam mempersatukan masyarakat melalui berbagai komunitas, serta menumbuhkan rasa kebersamaan dan saling memiliki. (Feroza & Misnawati, 2021).

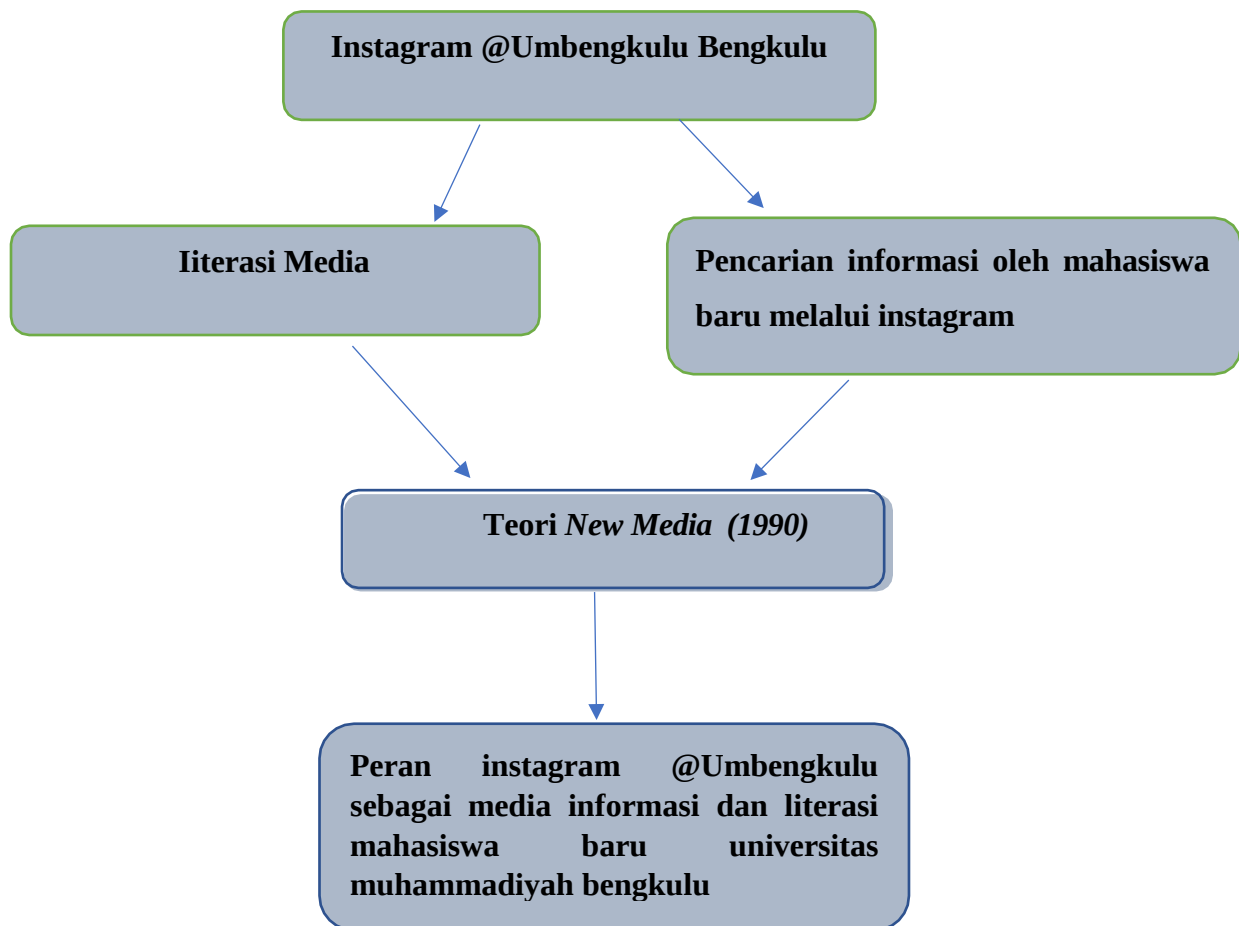
Teori *new media* sangat berkaitan relevan dengan penelitian yang berjudul "Peran Instagram UMBengkulu sebagai Media Informasi dan Literasi Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Bengkulu", karena menjelaskan bagaimana teknologi, terutama sosial media, sudah mengubah cara penyebaran informasi komunikasi di era modern. Media memiliki beberapa karakteristik utama, seperti digitalisasi, interaktivitas, dan aksesibilitas yang tinggi, yang membuatnya lebih unggul dibandingkan media tradisional baru. Instagram sebagai bagian dari media baru memungkinkan Universitas Muhammadiyah Bengkulu untuk menyampaikan informasi akademik, pengumuman penting, serta kegiatan kampus secara lebih cepat dan mudah diakses oleh mahasiswa baru. Fitur-fitur seperti unggahan *feed*, *story*, *reels*, dan *live streaming* memungkinkan pihak kampus untuk memberikan informasi dalam berbagai format, baik dalam bentuk teks, gambar, maupun video, yang membuat lebih menarik dan mudah untuk dimengerti oleh audiens.

Selain sebagai media penyampaian informasi, Instagram juga berperan dalam meningkatkan literasi mahasiswa khususnya mahasiswa baru, terutama dalam hal literasi media. Melalui media sosial ini, mahasiswa dapat mencari bagaimana memahami dan memilah informasi yang benar di tengah banyaknya informasi yang tersebar di jejaring

media sosial. Dalam teori new media, pengguna bukan hanya berperan sebagai penerima informasi secara pasif, tetapi juga dapat berpartisipasi aktif dengan memberikan komentar, menyebarkan ulang informasi, serta berdiskusi dengan mahasiswa lain maupun pihak kampus. Hal ini menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih aktif dan dinamis tetapi juga interaktif, dimana mahasiswa baru tidak hanya mengandalkan informasi satu arah dari kampus, tetapi juga dapat bertanya, berdiskusi, dan mengklarifikasi secara langsung. Dengan demikian, Instagram @Umbengkulu berfungsi sebagai alat komunikasi modern yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga membantu mahasiswa baru dalam mengembangkan. Keterampilan literasi mereka, yang sangat penting dalam kehidupan akademik dan sosial mereka di era digital ini.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir berfungsi sebagai panduan bagi penulis dalam menjalankan penelitian. Dengan berlandaskan pada judul yang diangkat serta menggunakan Teori New Media sebagai acuan, penelitian ini diharapkan mampu menyajikan gambaran yang jelas mengenai alur berpikir yang digunakan. Adapun kerangka berpikir tersebut disusun untuk memberikan arah yang sistematis dalam menganalisis permasalahan yang diteliti. Sebagai berikut:



Bagan 2.1 kerangka Berpikir

Sumber Data : Olahan Peneliti

Penelitian ini mengkaji peran Instagram @umbengkulu sebagai media informasi dan literasi bagi mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Bengkulu, berdasarkan empat poin utama. Pertama, Instagram @umbengkulu berfungsi sebagai platform digital universitas untuk berinteraksi dengan mahasiswa, khususnya mahasiswa baru, menyediakan informasi penting seperti pengumuman dan informasi kampus. Kedua, mahasiswa baru, sebagai pengguna sosial media, memanfaatkan Instagram untuk mendapatkan informasi dan beradaptasi dengan lingkungan kampus, namun perlu memiliki literasi media

untuk menyaring informasi yang kredibel. Ketiga, teori new media menjelaskan potensi Instagram @umbengkulu dalam membangun komunitas dan komunikasi dua arah, menekankan pentingnya literasi media. Keempat, peran Instagram @umbengkulu sebagai media informasi dan literasi terwujud melalui penyediaan informasi relevan, dan peningkatan literasi media dengan penyajian informasi akurat, tips penggunaan media sosial yang bertanggung jawab. Instagram @umbengkulu berpotensi besar menjadi media informasi dan literasi yang efektif, namun perlu dikelola secara bertanggung jawab dan diimbangi dengan peningkatan literasi media mahasiswa baru.