

## BAB II

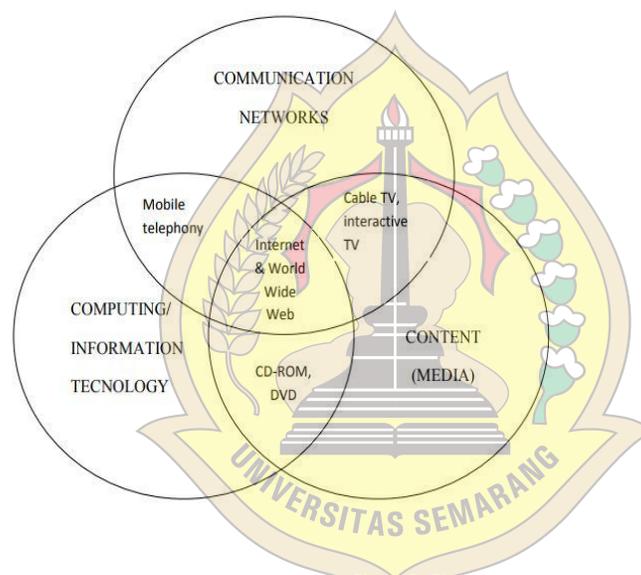
### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 New Media

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web (WWW)* sebagai sebuah lingkungan informasi terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru.

Era Media baru digambarkan oleh Little John diantaranya Era Media yang pertama (1) Sentralisasi Produktif (satu menjadi banyak), (2) Komunikasi satu arah, (3) kendali situasi untuk sebagian besar, (4) reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media, (5) audiens massa yang terpecah, dan (6) pembentukan kesadaran sosial. Era Media Kedua, digambarkan (1) desentralisasi, (2) dua arah, (3) di luar kendali situasi, (4) demokratisasi, (5) mengangkat kesadaran individu, dan (6) orientasi individu. (Littlejohn dkk, 2008: 413)

New media sendiri diawali dengan perkembangan dari salah satu aspek yang telah disebutkan sebelumnya yang kemudian berkonvergensi. Konvergensi media dapat dilihat dari fenomena penggabungan antara komputer, komunikasi maupun media content (*The three Cs of convergent media*) yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.



**Gambar 2.1. The Three Cs of Convergent Media**  
**Sumber : (Flew, 2008: 3)**

Menurut para ahli :

Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2003:17-18) terbagi media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Menurut Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun Notebook) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan.

Ada lagi pengertian New Media yang diungkapkan oleh John Vivian dalam bukunya. John Vivian mengungkapkan bahwa New Media atau Media Baru adalah perusahaan dan produk media baru yang muncul dari teknologi baru.

Vivian juga berpendapat bahwa New Media merupakan High-Tech Media, yaitu Teknologi yang menciptakan kemungkinan-kemungkinan baru. Misalnya adalah perhatikan apa yang iPod lakukan pada toko musik dan pendengar radio. Cybercafe yang membuka jalan bagi teknologi Wi-Fi, dan para Blogger Internet, terlepas dari baik buruknya, telah memperluas partisipasi dalam jurnalisme publik.

Menurut R Cahyo Prabowo mengenai media baru adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui jaringan internet serta informasinya selalu terbaru dan kilat serta lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada masyarakat/ khalayak umum. Media baru atau *New Media*

sangat berbeda dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain – lain.

### 2.1.1 Ciri – Ciri Media Baru

Martin Lister, dalam bukunya berjudul *New Media: A Critical Introduction* menjelaskan ciri-ciri media baru, (Lister, 2009:11). berikut adalah ciri-cirinya:

1. Bentuk pengalaman baru dalam teks, hiburan, kesenangan, dan pola dari konsumsi media (permainan komputer, simulasi, efek khusus film).
2. Cara baru dalam mempresentasikan dunia, penggunaan media yang menawarkan kemungkinan representasional baru.
3. Bentuk hubungan baru antara pengguna, konsumen, dengan teknologi media.
4. Bentuk pengalaman baru dari identitas diri maupun komunitas dalam berinteraksi.
5. Bentuk konsepsi baru dari hubungan manusia secara biologis dengan teknologi media.

### 2.1.2 Karakteristik Media Baru

Ada beberapa karakteristik dari media baru yang disuguhkan oleh Martin Lister, yaitu: Digital, interaktif, hypertextual, virtual, networked, dan tersimulasikan.

1. Digital: proses digitalisasi membuat media baru berbeda dari media sebelumnya. Dalam proses ini, data yang sudah didapat (suara, teks, gambar) diubah menjadi kode biner, yang nantinya akan diolah dengan cara tertentu oleh komputer.
2. Interaktif: khalayak ikut berperan aktif dalam mengubah atau membuat ulang teks, gambar, maupun suara yang ia dapat. Dalam hal ini khalayak tidak hanya diposisikan sebagai konsumen yang hanya dapat menerima, namun juga sebagai produsen atau pengguna.
3. Hypertextual: dalam hal ini pengguna dapat menggunakan bahasan atau karya orang lain, yang dapat disematkan pada karyanya sendiri berupa sebuah link.
4. Virtual: dalam hal ini informasi yang dikonsumsi dapat tampak lebih nyata. Hal tersebut membuat pengguna akan merasa seperti ditempat suatu kejadian terjadi. Contoh seperti teknologi VR (Virtual Reality).

5. *Networked*: hal ini memungkinkan pengguna untuk berhubungan dengan orang lain, dimanapun orang tersebut berada. Dengan kata lain tidak ada batasan yang menghalangin pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya.
6. tersimulasikan: hal ini seperti pada karakteristik virtual. Apa yang pengguna dapatkan pada virtual hanyalah sebuah simulasi dari kejadian aslinya. Dapat dikatakan bahwa kejadian pada ranah virtual merupakan kejadian semu. (Lister, 2009:13-14)

Penggunaan istilah media baru sejatinya tidak hanya terlepas dari perkara teknis, namun juga sampai ke ranah perubahan sosial budaya, dan ekonomi. Dalam istilah tersebut terdapat perubahan besar yang terjadi pada masyarakat yang menimbulkan fenomena-fenomena tertentu.

### 2.1.3 Teknologi Komunikasi dalam New Media

Denis McQuaill dalam bukunya berjudul *Mass Communication Theory* yang menjelaskan didalamnya mengenai Teori New Media, ada pengelompokkan Media baru menurut McQuail (McQuail, 2010: 123), diantaranya:

1. media komunikasi interpersonal (*interpersonal communication media*)

Pesan dalam jenis teknologi ini bersifat privat dan mudah hilang. Mengedepankan interaksi beberapa orang, diharapkan memang kebutuhan akan komunikasi selaras dengan perubahan media baru. Karakteristik lainnya adalah hubungan yang terbangun dan dikuatkan oleh teknologi ini lebih utama dibandingkan dengan informasi yang disampaikan. Contoh: telepon, handphone, e-mail, media sosial.

2. media pencari informasi (*information search media*)

Teknologi ini meliputi kategori yang luas dan dapat diakses dengan mudah. Interaktivitas dalam pencarian informasi juga merupakan aspek yang diperkuat oleh teknologi ini. Informasi memiliki keterkaitan satu sama lain dan setiap pengguna dapat membagikan dan memperbaiki informasi yang telah tersedia. Contoh: internet, world wide web

#### **2.1.4 Manfaat New Media**

Karena new media merupakan media yang sangat baru dalam penyebaran informasi, maka ada manfaat dan juga ada kerugian dalam mengakses media ini.

Misalnya dalam bidang pendidikan, manfaat dari new media di bidang ini adalah kemudahan pelajar atau mahasiswa dalam mengakses materi-materi yang diberikan oleh pengajar. Walaupun diberikan secara online, bentuk materi seperti e-book, sangat memudahkan pelajar untuk mengakses materi-materi tersebut tanpa harus bertatap langsung dengan sang pengajar dan proses pembelajaran pun bisa dilakukan di mana saja.

Manfaat lain dalam bidang perdagangan misalnya, Bidang ini juga adalah bidang yang banyak diakses masyarakat, manfaat yang dirasakan pembeli cukup beragam mulai dari kemudahannya, prosesnya yang cepat, sampai pada murahnya harga yang ditawarkan.

Manfaat lainnya yang dikemukakan oleh Ben H. Bagdakian. *New Media* (media baru) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimana pun berada bersama media baru. Media baru masuk kedalam kategori komunikasi media massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas lewat media online/media sosial.

Internet salah satu teknologi komunikasi baru yang memiliki kemampuan untuk membantu memilih dan mengatur informasi yang diinginkan atau perlukan dengan lebih efisien. Secara garis besar, internet jauh lebih luwes dalam menjembatani waktu dan jarak dibandingkan dengan media-media yang sudah ada terlebih dahulu.

Internet juga dianggap memiliki kapasitas besar sebagai media baru. Tidak hanya memperkecil jarak dalam mengkomunikasikan pesan, teknologi computer dan internet juga telah berkembang dan mengeliminasi penggunaan koneksi kabel, namun tetap bisa memfasilitasi transmisi informasi yang cepat ke seluruh dunia. Menurut Bagdakian, duplikasi dan penyebaran matri dari internet bisa mencapai jangkauan yang sangat luas, satu orang khalayak bisa mengunduh kemudian menyebarkannya pada orang-orang dalam jaringan pertemanan atau jaringan kerjanya. (Bagdakian, 2014: 114)

## 2.2 Media Informasi

Media informasi terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang, selain itu manusia juga bisa saling berinteraksi satu samalain. Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan

dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan target.

### **2.2.1. Definisi Media Informasi**

Demikian pentingnya media informasi pada masa ini, dikarenakan melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi dan dapat bertukar pikiran serta berinteraksi satu sama lainnya. Kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Medium dapat didefinisikan sebagai perantara atau pengantar terjadinya komunikasi dari pengirim menuju penerima (Heinich et.al., 2002; Ibrahim, 1997; Ibrahim et.al., 2001). Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan (Criticos, 1996). Sedangkan pengertian dari informasi secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima 7 dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang (Gordon B. Davis 1990; 11).

Maka pengertian dari media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi, adapun penjelasan Sobur (2006) media informasi adalah

“alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual”.

### 2.2.2. Jenis-jenis Media Informasi

Media informasi sebagai alat yang menyampaikan suatu informasi harus tepat sasaran agar dapat tersampaikan dengan baik pada target sasaran sehingga dapat bermanfaat bagi pembuat dan penerima informasi, media informasi dapat dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu:

#### 1. Media Lini Atas

Merupakan media yang tidak langsung bersentuhan dengan target audiens dan jumlahnya terbatas tetapi jangkauan target yang luas, seperti billboard, iklan televisi, iklan radio, dan lain-lain.

#### 2. Media Lini Bawah

Suatu media iklan yang tidak disampaikan atau disiarkan melalui media massa dan jangkauan target hanya berfokus pada satu titik atau daerah, seperti brosur. Poster, flyer, Sign System dan lain-lain.

### 3. Media Cetak

Media cetak dapat berupa brosur, Koran, majalah, poster, pamphlet, spanduk, dan lain-lain

### 4. Media Elektronik

Media ini dapat disampaikan melalui radio, kaset, kamera, handphone, dan internet.

## 2.3 Media Sosial

Media sosial merupakan seperangkat platform dan teknologi mudah digunakan yang memungkinkan orang untuk berbicara dengan orang lain. Media sosial ibarat api unggun, pasar, dan tempat air jaman sekarang, hanya saja berada di komputer, ponsel cerdas, dan perangkat lainnya yang berhubungan dengan jaringan (Oliver, 2015:5). Kehadiran media sosial saat ini menjadi sebuah gebrakan baru yang mempertemukan manusia dari seluruh penjuru dunia dalam satu genggam saja. Berbagai manfaat bias diperoleh dari media sosial itu sendiri, baik itu digunakan di dalam bidang pendidikan, pemerintahan, maupun di dalam sebuah pertumbuhan dan kemajuan sebuah perusahaan sebagai poros kehidupan.

Andreas M. Kaplan dan Michael Haenkein membuat klasifikasi untuk berbagai media sosial yang ada berdasarkan ciri penggunaannya sebanyak enam jenis, yaitu :

1. Proyek kalaborasi *website*, dimana usernya diijinkan untuk dapat mengubah,menambah,ataupun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut, seperti halnya wikipedia.
2. *Blog dan microblog*, dimana user mendapatkan kebebasan dalam mengungkapkan satu hal di blog, seperti perasaan,pengalaman, dan pernyataan sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti *twitter*
3. Konten atau isi, dimana para user di *website* ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti *e-book*,video,foto,gambar,dan lain sebagainya
4. Situs jejaring sosial, dimana user memperoleh ijin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi,terkelompok atau sosial sehingga dapat terhubung dengan orang lain, seperti *facebook*
5. *Virtual game word*, dimana user pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam bentuk avatar-avatar sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata seperti *game online*.
6. *Virtual social word*, adalah aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan orang lain.

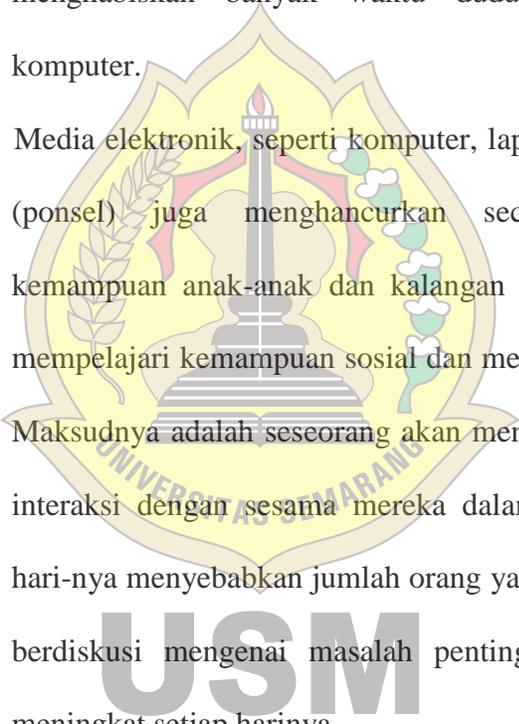
Dilihat dari berbagai klasifikasi tersebut, maka dapat ditekankan bahwa media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang saja.
2. Isi pesan yang muncul tidak ada gerbang penghambat.
3. Isi disampaikan secara online dan langsung.
4. Konten yang diterima secara online dalam waktu yang lebih cepat.
5. Media sosial secara langsung menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
6. Media sosial memiliki sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan, berbagi, hubungan, reputasi, dan kelompok.

### **2.3.1 Dampak positif dan negatif dari media social sebagai berikut :**

#### **2.3.1.1 Dampak Negatif**

1. Kecanduan situs jejaring sosial seperti Facebook atau MySpace juga bisa membahayakan kesehatan karena memicu orang untuk mengisolasi diri. Meningkatnya pengisolasi diri dapat mengubah cara kerja gen, membingungkan respons kekebalan, level hormon, fungsi urat nadi, dan merusak performa mental.
2. Seseorang yang menghabiskan waktunya di depan komputer akan jarang berolahraga sehingga kecanduan aktivitas ini dapat menimbulkan kondisi fisik yang lemah, bahkan obesitas.

3. Kerusakan fisik juga sangat mungkin terjadi. Bila menggunakan mouse atau memencet keypad ponsel selama berjam-jam setiap hari, seseorang dapat mengalami cedera tekanan yang berulang-ulang. Penyakit punggung juga merupakan hal yang umum terjadi, pada orang-orang yang menghabiskan banyak waktu duduk di depan meja komputer.
4. Media elektronik, seperti komputer, laptop, atau handphone (ponsel) juga menghancurkan secara perlahan-lahan kemampuan anak-anak dan kalangan dewasa muda untuk mempelajari kemampuan sosial dan membaca bahasa tubuh. Maksudnya adalah seseorang akan mengalami pengurangan interaksi dengan sesama mereka dalam jumlah menit per hari-nya menyebabkan jumlah orang yang tidak dapat diajak berdiskusi mengenai masalah penting, menjadi semakin meningkat setiap harinya.
- 

5. Kejahatan dunia maya (cyber crime). Seiring berkembangnya teknologi, berkembang pula kejahatan. Didunia internet, kejahatan dikenal dengan nama cyber crime. Kejahatan dunia maya sangatlah beragam. Diantaranya, carding, hacking, cracking, phishing, dan spamming.

6. Membuat waktu terbuang dengan sia-sia

### 2.3.1.2 Dampak Positif

1. Sebagai media penyebaran informasi

Informasi yang up to date sangat mudah menyebar melalui situs jejaring sosial. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, kita telah bisa menikmati informasi tersebut. Ini sangatlah bermanfaat bagi kita sebagai manusia yang hidup di era digital seperti sekarang ini. Cakrawala dunia terasa berada dalam sentuhan jari kita.

2. Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial.

Mengasah keterampilan teknis dan sosial merupakan kebutuhan yang wajib dipenuhi agar bisa bertahan hidup dan berada dalam neraca persaingan di era modern seperti sekarang ini. Hal ini sangatlah penting, tidak ada batasan usia, semua orang butuh untuk berkembang.

### 3. Memperluas jaringan pertemanan

Dengan menggunakan jejaring sosial, kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia. Kelebihan ini bisa kita manfaatkan untuk menambah wawasan, bertukar pikiran, saling mengenal budaya dan ciri khas daerah masing-masing, dll. Hal ini dapat pula mengasah kemampuan berbahasa seseorang. Misalnya, belajar bahasa inggris dengan memanfaatkan fasilitas call atau video call yang disediakan di situs jejaring sosial.

#### 2.4 Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto dan video. Instagram sendiri juga masih bagian dari facebook yang memungkinkan teman dari facebook dapat mengikuti akun instagram. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat (Nisrina,2015:137).

Oleh karena itu instagram merupakan paduan dari kata insta dan telegram. Fitur-fitur yang ada di instagram meliputi :

1. Pengikut.
2. Meengunggah foto.
3. Kamera
4. Efek kamera
5. Judul foto atau *caption*
6. Label foto
7. Perlombaan
8. Publikasi kegiatan sosial
9. Publikasi organisasi
10. Geotagging
11. Jejaring sosial
12. Tanda suka
13. Populer
14. Penandaan foto



Pada tanggal 9 april 2012 diumumkan bahwa instagram akan diambil alih oleh facebook senilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham, karena instagram sendiri merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita mengikuti akun instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto sehingga membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produknya melalui instagram. (<http://newsroom.fb.com>)

Salah satu cara untuk mempoluerkan instagram adalah dengan membuat lomba atau kontes dengan mengajak para pelanggan atauoun calon pelanggan, biasanya lomba ini menggunakan tanda pagar atau *hashtag*(#) yang diciptakan oleh pengguna instagram itu sendiri.dari situlah tanda pagar tersebut akan tersebar secara acak dan pengguna lain akan penasaran untuk menelusuri tanda pagar itu sendiri. Semakin baik pengelola dalam menggunakan *hashtag* serta berbagi foto maka akan secara tidak langsung akan mempengaruhi pengikut yang ada dan diharapkan dapat meningkatkan minat para pengguna instagram pada akun tersebut.

#### **2.4.1 Fungsi Instagram**

Fungsi dan kegunaan Instagram tidak hanya untuk berbagi foto saja, melainkan juga untuk menyunting foto-foto yang memiliki 16 efek yang dapat digunakan untuk menyunting foto. Dengan aplikasi Instagram, foto-foto Anda dapat diunggah melalui jejaring sosial seperti facebook, twitter, foursquare, flickr, dan juga posterous.

Sebelum dibeli oleh Facebook, Twitter telah menyatakan minatnya untuk membeli Instagram pada 2011. Namun, musim panas lalu, Systrom bertemu dengan Zuckerberg, yang melempar gagasan untuk menjualnya ke Facebook. Systrom dan Kreiger menolak semua penawaran karena mereka berniat membangun perusahaan independen, kata orang yang akrab dengan pemikiran mereka.

Namun, Zuckerberg meyakinkan Systrom bahwa Instagram akan lebih kuat di bawah payung Facebook daripada beroperasi sebagai pemain independen. Zuckerberg mengatakan bahwa Instagram akan berfungsi sebagai perusahaan independen di bawah Facebook, janji yang belum pernah dibuatnya pada setiap target akuisisi lainnya

## 2.5 Komunitas

Kata komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang memiliki dua buah interpretasi yaitu :

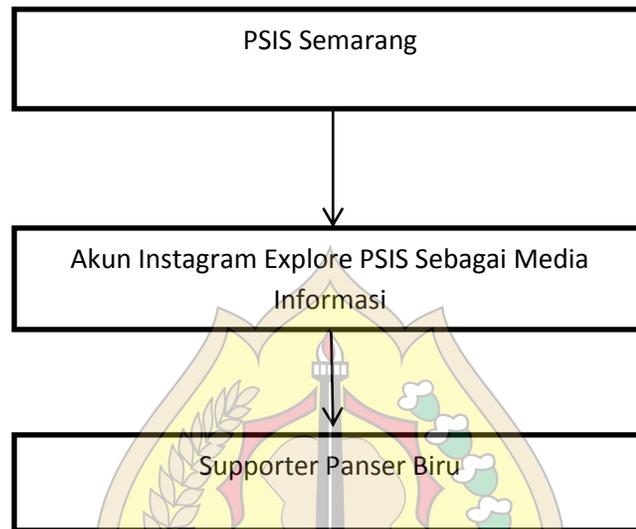
1. Kualitas persamaan minat yang mendorong kualitas keikutsertaan.
2. Sekumpulan individu yang memiliki ikatan eksternal yang sama (gudykunst, 2003:391)

*“community evokes the felling that here is where i belong, these are my people , i care for them, they care for me, i am part of them... its absence is experienced as an achy loss, a void ... fellings of isolation, falseness, instability, and improverishment of spirits.” (Sleiznick dalam gudykunst, 2003:391)*

Akun intagram Explorepsis adalah suatu wadah para supporter PSIS Semarang, yang membuat para supporter saling berbagi informasi tentang PSIS Semarang. Dengan adanya akun instagram Explorepsis supporter PSIS Semarang terasa membantu dengan informasi yang di unggah dari akun instagram Explorepsis



## 2.6 Kerangka Berpikir



Gambar 2.6 “Kerangka Berpikir”

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Penelitian ini meneliti bagaimana akun Instagram dalam media informasi supporter Panser Biru.

Dalam membentuk media informasi bagi supporter Panser Biru peneliti menggunakan teori media sosial. Teori media sosial digunakan untuk menjelaskan makna-makna komunikasi antara supporter Panser Biru dengan masyarakat yang mana melalui media sosial Instagram agar terbentuk media informasi bagi Semarang fans.