**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

 Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris yaitu *communication* berasal dari kata latin yaitu *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Maksud dari sama adalah sama dalam pemaknaannya.Definisi komunikasi secara umum adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Berikut ini adalah beberapa definisi dari komunikasi:

 **Effendy** dalam buku **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi** mengatakan:

 **Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur. (2003:28)**

 **Santropoetro** yang dikutip **Hikmat** dalam buku **Komunikasi Politik**, menerangkan definisi komunikasi adalah :

 **Komunikasi adalah sebuah kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti tentang suatu pesan yang dihadapi bersama antara pemberi pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan), yang pada umumnya berakhir dengan suatu efek atau hasil. Efek komunikasi merupakan segala perubahan yang terjadi pada komunikan sebagai akibat diterimanya suatu pesan dari komunikator. (2010:4)**

Aktivitas komunikasi, harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima satu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain.

Pendapat **Hovland** yang dikutip oleh **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**, menjelaskan bahwa Ilmu Komunikasi adalah :

**Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (2005:10).**

Hovland menunjukan bahwa yang menjadi objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap publik (*Public Attitude*).

**Mulyana** yang mengutip dari **Miller** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** mengatakan bahwa komunikasi sebagai :

**Situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (2002:54).**

Penjelasan Miller, mengasumsikan bahwa dalam komunikasi terjadi penyampaian pesan yang disadari dapat mempengaruhi perilaku penerima pesan tersebut. Sehingga apa yang terjadi dalam suatu proses komunikasi adalah seorang penyampai pesan mempengaruhi perilaku penerima pesan.

**Kamus Besar Bahasa Indonesia** edisi ketiga, dari **Departemen Pendidikan Indonesia**, mendefinisikan bahwa komunikasi adalah :

**Pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (2002:585).**

Dari berbagai literatur, dapat dipahami bahwa inti dari sebuah komunikasi adalah adanya komunikator (penyampai pesan), pesan (informasi yang disampaikan), dan komunikan (penerima pesan) juga timbal balik (*feedback*). Sedangkan pengertian komunikasi secara sederhana adalah proses penyampaian pesan dari penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) sehingga terjadi timbal balik (*feedback*).

 Proses komunikasi tidak selamanya berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan komunikator tidak sampai ke komunikan karena terjadi gangguan di dalam proses penyampaiannya, dan bila pesan tersebut sampai ke komunkan biasanya akan terjadi *feed back*.

 Komunikasi memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia. Dengan berkomunikasi manusia dapat menyampaikan pikiran, pendapat serta perasaannya. Seperti halnya masalah yang akan dikemukakan mengenai penggunaan dan kegiatan Indovidgram pada media sosial Instagram yang mana dapat digunakan sebagai media ekspresi, media komunikasi dan sebagai gaya hidup. Maka saat ini media sosial terutama kegiatan Indovidgram pada media sosial Instagram menjadi media yang cukup populer bagi para penggunanya dalam menyampaikan maksud yang ditujukan kepada khalayak.

**2.1.1 Tipe Komunikasi**

 **Mulyana** pada buku **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar** terdapat beberapa tipe komunikasi yang disepakati oleh para pakar, yaitu:

1. **Komunikasi Intrapribadi**

**Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak.**

1. **Komunikasi Antarpribadi**

**Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatapmuka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.**

1. **Komunikasi Kelompok**

**Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.**

1. **Komunikasi Publik**

**Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.**

1. **Komunikasi Organisasi**

**Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.**

1. **Komunikasi Massa (*Mass Communication)***

**Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik. (2005:72-75)**

 Apabila dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti, maka dalam hal ini kegiatan Indovidgram pada media sosial Instagram berkaitan dengan tipe komunikasi massa dalam melakukan proses penyampaian maksud dari kegiatan Indovidgram. Dimana kegiatan tersebut di *share* kepada siapapun khususnya mereka yang menjadi pengguna akun Instagram. Maka, kegiatan Indovidgram merupakan bagian dari komunikasi massa.

**2.1.2 Tujuan Komunikasi**

 Menurut **Widjaja** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi Pengantar Studi**, komunikasi mempunyai beberapa tujuan yaitu :

1. **Supaya yang kita sampaikan dapat mengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.**
2. **Memahami orang lain. Kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.**
3. **Supaya gagasan dapat diterima orang lain. Kita berusaha agar gagasan kita dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasive bukan memaksakan kehendak.**
4. **Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan dimaksud di sini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara baik untuk melakukan.**

 **(2000:66-67)**

Sementara **Lasswel** yang dikutip oleh **Cangara** dalam bukunya yang berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** bahwa tujuan komunikasi disini menunjuk kepada suatu harapan atau keinginan yang dituju oleh pelaku komunikasi. Secara umum ada empat tujuan komunikasi ada, yaitu :

1. ***Social Change* (Perubahan Sosial)**

**Seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain, diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya, seperti halnya kehidupannya akan lebih baik dari sebelum berkomunikasi.**

1. ***Attitude Change* (Perubahan Sikap)**

**Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.**

1. ***Opinion Change* (Perubahan Pendapat)**

**Seseorang dalam  berkomunikasi mempunyai harapan untuk mengadakan perubahan pendapat.**

1. ***Behavior Change* (Perubahan Perilaku)**

**Seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan perilaku.**

**(2010:38)**

**2.1.3 Media Komunikasi**

Media komunikasi adalah wadah atau sarana di dalam bidang komunikasi. Media komunikasi juga dapat menjadi hal yang paling mendukung sebagai perantara untuk berkomunikasi antara satu individu dengan individu lainnya tanpa terbebani oleh masalah jarak dan waktu. Media komunikasi dewasa ini berperan cukup besar dalam mempengaruhi perubahan pada masyarakat, terlebih karena semakin pesatnya kemajuan teknologi yang semakin hari semakin memungkinkan untuk mempermudah setiap kegiatan komunikasi seseorang. Seperti halnya *gadget* yang sedang digandrungi masyarakat belakangan ini.

 Telepon genggam berbasis *smartphone* atau telepon pintar yang memiliki perangkat moderen yang mana akan memudahkan para penggunanya untuk melakukan kegiatan komunikasi tanpa terhalang jarak dan waktu. Selain itu, dengan kecanggihan yang dimiliki, *gadget* atau *smartphone* dilengkapi dengan aplikasi-aplikasi yang menunjang penggunanya untuk melakukan kegiatan selain hanya mengirim pesan atau melakukan panggilan telepon tetapi juga menjadikannya sebagai media ekspresi dan gaya hidup. Kegiatan tersebut bisa dilakukan melalui sebuah aplikasi Instagram yang dapat di *install* di *smartphone* tersebut.

 Instagram adalah salah satu media yang menunjang untuk melakukan kegiatan komunikasi dengan cara yang menarik dan kreatif melalui kegiatan Indovidgram. **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** menyatakan bahwa :

 **Media komunikasi adalah sarana atau alat yang menyalurkan pesan komunikasi yang disampaikan seseorang kepada orang lain, misalnya *telephone*, surat elektronik, radio, televisi, komputer dengan menggunakan *network* yang dihubungkan dengan modem. (1998:64)**

Berdasarkan kutipan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa, media komunikasi adalah sebuah media penyampaian informasi yang berbasis pada penggunaan teknologi internet yang mana dapat berfungsi sebagai media pertukaran informasi maupun konten tertentu bagi masing-masing pengguna.

 Menurut analisis sederhana yang dilakukan oleh peneliti, bahwa media komunikasi ialah perantara dalam pertukaran informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi. Maka dengan media komunikasi tersebut khalayak mampu bertukar informasi dengan siapaun dan dimanapun tanpa terhalang masalah jarak dan waktu.

**2.1.4 Fungsi Komunikasi**

Komunikasi merupakan kegiatan yang paling penting dalam setiap hidup manusia karena tidak ada satu individu pun yang bisa melakukan suatu kegiatan dalam hidup tanpa berkomuikasi, maka menurut **Lasswell** yang dikutip oleh **Cangara** dalam bukunya berjudul **Pengantar Ilmu Komunikasi** mengemukakan bahwa fungsi komunikasi antara lain :

1. **Manusia dapat mengontrol lingkungannya**
2. **Beradaptasi dengan lingkungan tempat mereka berada**
3. **Melakukan transformasi warisan sosial kepada generasi berikut-berikutnya.**

**(2010:59)**

Selain itu, ada beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, hubungan antarmanusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan (*costumers*), dan juga memlihara hubungan yang baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendek kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antarmanusia dalam bermasyarakat.

 Fungsi lain komunikasi dilihat dari aspek kesehatan, ternyata kalangan dokter jiwa (psikiater) menilai bahwa orang yang kurang berkomunikasi dalam arti terisolasi dari masyarakatnya mudah terkena gangguan kejiwaan (depresi, kurang percaya diri) dan kanker sehingga memiliki kecenderungan cepat mati dibanding dengan orang yang senang berkomunikasi.

**Mulyana** pada bukunya **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**

mengatakan bahwa ada empat fungsi komunikasi yaitu :

1. **Komunikasi Sosial**

**Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.**

1. **Komunikasi Ekspresif**

**Fungsi sebagai komunikasi ekspresif dapat dilakukan baik sendirian atau di dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal.**

1. **Komunikasi Ritual**

**Komunikasi berfungsi sebagai komunikasi ritual biasanya dilakukan dengan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of pasage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan dll.**

1. **Komunikasi Instrumental**

**Dalam fungsi ini komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Kesemua tujuan tersebut dapat disebit membujuk (bersifat persuasif).**

 **(2005:5-33)**

 Maka, apabila dikaitkan dengan masalah yang akan diteliti, dalam hal ini kegiata Indovidgram pada media sosial Instagram menggunakan tipe Komunikasi Massa, karena dalam hal ini pengguna media sosial Instagram menggunakan akunnya sebagai media untuk bernagi kepada publik yang mana media sosial tersebut sebagai media massa.

**2.1.5 Komunikasi Massa**

Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yaitu *mass communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa. Istilah *mass communication* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama.

**Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karya **Ardianto** dan **Komala** menjelaskan definisi dari Komunikasi Massa adalah sebagai berikut:

**Pesan yang dikomunikasikan melalui medai massa pada sejumlah besar orang (*Mass communication is messages communicated through a mass medium to large number of people).* (Rakhmat dkk. 1999).**

**Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek** karangan **Effendi** menyebutkan bahwa komunikasi massa memiliki pengertian yaitu: **“Komunikasi yang menggunakan media massa.” (1984: 20).**

**Meletzke** dalam **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** karya **Ardianto** dan **Komala** menerangkan pengertian Komunikasi Massa adalah :

 **Komunikasi Massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. (Rakhmat, 2003:188).**

Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikas sebagai penerima pesan tidak berada di satu tempat melainkan tersebar di berbagai tempat.

 Berbagai pengertian atau definisi mengenai komunikasi massa terlihat bahwa inti dari proses komunikasi ini adalah media massa sebagai salurannya untuk menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu secara masal.

**2.1.5.1 Ciri Komunikasi Massa**

 Komunikasi massa mempunyai beberapa karakteristik khusus yang membedakan tipe komunikasi ini dengan tipe komunikasi yang lain. Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri yang juga dijelaskan oleh **Ardianto** dan **Komala** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

* 1. **Komunikasi massa berlangsung satu arah. Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan ke komunikatornya. Dengan kata lain komunikatornya tidak mengetahui tanggapan para pembacanya atau penontonnya tentang pesan yang ia sampaikan.**
	2. **Komunikator pada komunikasi massa terlembaga. Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya melembaga.**
	3. **Pesan bersifat umum. Pesan ini bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum.**
	4. **Media komunikasi massa menimbuklakan keserempakan. Ciri lain dari komunikasi massa yaitu kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.**
	5. **Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen. Komunikan dari komunikasi massa bersifat heterogen yakni tidak saling mengenal satu sama lain dan berasal dari seluruh status sosial, umur, jenis kelamin, agama, ras, suku, budaya dan lain-lain**
	6. **Umpan balik tertunda. Umpan balik sebagai respon memiliki faktor penting dalam bentuk komunikasi seringkali dapat dilihat dari feedback yang disampaikan oleh komunikan. (1984: 35).**

Selain itu komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang juga dijelaskan dalam karya **Cangara,** yaitu :

1. **Sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanin. Sumber juga merupakan lembaga atau institusi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi dan sebagainya. Karena itu proses penyampaian pesannya lebih formal, terencana dan lebih rumit.**
2. **Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan tanggapan baiknya lambat (tertunda) dan sangat terbatas. Tetapi dengan perkembangan komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik sperti radio dan televisi maka umpan balik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar.**
3. **Sifat penyebaran pesan melalui media massa berlangsung begitu cepat, serempak dan luas, ia mampu mengatasai jarak dan waktu, serta tahan lama bila didokumentasikan. Dari segi ekonomi, biaya produksi komunikasi massa cukup mahal dan memerlukan dukungan tenaga kerja relatif banyak untuk mengelolanya (1998: 36).**

Pernyataan di atas menunjukan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang berlangsung satu arah, media massa saluran komunikasi merupakan lembaga, bersifat umum dan sasarannya pun beragam.

**2.1.5.2 Fungsi Komunikasi Massa**

 Fungsi dari komunikasi massa dijelaskan **Dominick (2001)** dan dikutip oleh **Ardianto** dan **Komala** dalam buku **Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yaitu:

1. ***Surveilance* (pengawasan)**

**Fungsi pengawasan komunikasi massa terbagi menjadi dua yaitu, Fungsi Pengawasan Peringatan yang terjadi ketika media massa menginformasikan tentang adanya berita yang tidak terduga seperti adanya angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau serangan militer. Kemudian Fungsi Pengawasan Instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.**

1. ***Interpretation* (penafsiran)**

**Fungsi penafsiran hampir sama dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.**

1. ***Linkage* (Pertalian)**

**Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.**

1. ***Transmission of Value* (Penyebaran nilai-nilai)**

**Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *sosialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili ga,baran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, media mewakili kita denga model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.**

1. ***Entertainment* (Hiburan). (2007:14)**

 **Effendy (1993)** menjelaskan dalam **Komunikasi Massa Suatu Pengantar Komunikasi Massa Suatu Pengantar** yang dikutip oleh **Ardianto** dan **Komala** bahwa ada beberapa ciri-ciri dari Komunikasi Massa yaitu :

1. **Fungsi Informasi**

**Media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi.**

1. **Fungsi Pendidikan**

**Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca.**

1. **Fungsi Mempengaruhi**

**Fungsi mempengaruhi dari mesia massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, *features*, iklan, artikel dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan atau disajikan oleh media massa. (2007:18)**

Manfaat yang begitu besar dari komunikasi massa harusnya patut kita syukuri dangan memanfaatkannya serta mengembangkannya komunikasi massa tersebut sebaik mungkin, agar dengan komunikasi massa ini interaksi antar masyarakat satu bangsa bisa terjalin dengan baik sesuai dengan tujuan dari komunikasi massa itu sendiri.

**2.2 Jurnalistik**

Pengertian jurnalistik baik itu oleh pakar maupun pengertian yang diutarakan oleh praktisi. Istilah jurnalistik berasal dari bahasa Belanda “*journalistiek”* atau dalam bahasa Inggris “*journalism”* yang bersumber pada perkataan “*journal”* sebagai terjemahan dari bahasa Latin “*diurnal”* yang berarti “harian” atau “setiap hari”. Hal itu dapat diartikan suatu peristiwa yang mempunyai fakta dan kemudian dikemas menjadi sebuah laporan yang dapat diinformasikan kepada khalayak.

Pencarian, penyeleksian, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita dan unsur berita dapat dibuat menjadi karya jurnalistik, dan Media yang digunakan pun sangat beragam, baik menggunakan Media massa cetak, maupun media massa elektronik, dan internet mengolah suatu fakta menjadi berita memerlukan keahlian, kejelian dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik.

 **Kamus Besar Bahasa Indonesia** karya **Poewodarminta,** menyebutkan bahwa **“jurnalistik” berarti pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit dan menerbitkan berita di media cetak maupun di media elektronik (2001:482).**

Pengertian jurnalistik menurut pendapat **Romli** dalam buku **Jurnalistik Praktis,** mengemukakan:

**Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses kegiatan meliput, membuat dan menyebarluaskan peristiwa yang bernilai berita *(news)* dan pandangan *(views)* kepada khalayak melalui saluran media massa baik cetak maupun elektronik. Sedangkan pelakunya disebut jurnalis atau wartawan. (2001:70)**

Dari berbagai literatur, dapat dikaji bahwa definisi jurnalistik adalah suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebarannya kepada masyarakat melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Kegiatan jurnalistik memiliki prinsip-prinsip hal ini juga dijelaskan dalam karya **Tebba** dalam **Jurnalistik Baru**, yakni:

* 1. **Tidak boleh memasukkan opini pribadi.**
	2. **Berita yang disajikan hanya fakta yang mengandung kebenaran.**
	3. **Unsure 5W + 1H tetap ada.**
	4. **Penulisan berita harus tepat, ringkas, jelas, sederhana dan dapat dipercaya.**
	5. **Naskah berita harus lugas dan mengandung daya gerak (2005: 3).**

 Proses jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

 Karya jurnalistik adalah uraian fakta dan atau pendapat yang menngandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah ada sajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik.

 Pencarian, pengumpulan, penyeleksian, penyebaran, dan pengolahan informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik dan penyajian kepada khalayak melalui media massa periodik cetak atau elektronik, memerlukan keahlian, kejelian, dan keterampilan tersendiri, yaitu keterampilan jurnalistik. Penerapan keterampilan jurnalistik harus dilandasi oleh prinsif yang mengutamakan kecepatan, ketepatan, kebenaran, kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan berprasangka (praduga tak bersalah).

Ilmu jurnalistik dituangkan dalam bentuk karya jurnalistik yang disajikan pada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak, elektronik, maupun internet.

**2.2.1 Bentuk Jurnalistik**

 **Sumadiria** dalam karyanya **Jurnalistik Indonesia**, dilihat dari segi bentuk dan pengolahannya, jurnalistik dibagi dalam tiga bagian besar yaitu:

1. **Jurnalistik Media Cetak**

**Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh faktor verbal yang sangat menekankan pada kemampuan memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Dan faktor visual yang menunjuk pada kemampuan dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan.**

 **Jurnlaitik media cetak meliputi, jurnalistik surat kabar harian, jurnalistik surat kabar mingguan, jurnalistik tabloid mingguan, dan jurnal majalah.**

1. **Jurnalistik Auditif**

**Jurnalistik auditif yaitu jurnalistik radio siaran. Jurnalistik auditif dipengaruhi dimensi verbal, teknologikal dan fisikal. Verbal, berhubungan dengan kemampuan menyusun kata, kalimat dan paragraf secara efektif dan komunikatif. Teknologikal, berkaitan dengan teknologi yang memungkinkan daya pancar radio dapat ditangkap denga jelas dan jernih oleh pesawat radio penerima. Fisikal, erat kaitannya dengan tingkat kesehatan fisik dan kemampuan pendengaran khalayak dalam menyerap dan mencerna setiap pesan kata atau kalimat yang disampaikan.**

1. **Jurnalistik Media Elektronik Audiovisual**

 **Jurnalistik media elektronik audiovisual adalah jurnalistik televisi siaran dan jurnalistik media *online* *(internet*). Jurnalistik media elektronik audiovisual merupakan gabungan dari segi verbal, visual, teknologikal dan dimensi dramatikal. Verbal, berhubungan dengan kata-kata yang disusun secara singkat, padat, efektif. Visual, lebih banyak menekankan pada bahasa gambar yang tajam, jelas, hidup, memikat. Teknologikal, berkaitan dengan daya jangkau siaran, kualitas suara dan gambar yang dihasilkan serta diterima oleh pesawat televisi penerima. Dramatikal, berarti besinggungan dengan aspek serta nilai dramatik yang dihasilkan oleh rangkaian gambar yang dihasilkan secara stimulan. (2006: 4)**

Jenis-jenis jurnalistik yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa jurnalistik mengandung aliran-aliran sendiri yang beragam jenisnya. Hal ini tejadi karena perbedaan visi misi, tujuan dan kepentingan tersendiri dalam tubuh masing-masing media.

**2.2.2 Fungsi Jurnalistik**

 Dalam literatur komunikasi disbutkan terdapat lima fungsi utama jurnalistik secara universal. Disebut universal, karena kelima fungsi tersebut dapat ditemukan pada setiap negara di dunia yang menganut paha demokrasi. Hal tersebut dikemukakan oleh **Sumadiria** dalam karyanya **Jurnalistik Indonesia** yang menerangkan lima fungsi jurnalistik adalah:

**1. Informasi**

**Menyampaikan informasi yang memenuhi kriteria dasar yaitu aktual, akurat, faktual, menarik atau penting, benar, lengkap-utuh, jelas-jernih, jujur-adil, berimbang, relevan, bermanfaat, etis.**

**2. Pendidikan**

 **Setiap informasi yang dihasilkan dan disebarkan kepada khalayak hendaknya dalam kerangka mendidik.**

**3. Koreksi**

 **Dimaksudkan untuk mengawasi atau mengontrol kekuasaan dari legislatif, eksekutif dan yudikatif agar kekuasaan mereka tidak korup dan absolut.**

**4. Rekreasi**

 **Mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan sekaligus yang menyehatkan bagi seluruh lapisan masyarakat.**

**5. Mediasi**

 **Mediasi artinya penghubung. Bisa sebagai fasilitator atau mediator. (2005:32)**

Selain itu pendapat lain dikemukakan oleh **Assegaf (1983)** yang menjelaskan bahwa jurnalistik merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan atau berita kepada khalayak ramai (massa), melalui saluran media, baik media cetak maupun media elektronik.

      Adapun fungsi jurnalistik, antara lain:

**1. Pemberi informasi.**

 **Pemberi informasi atau menyiarkan informasi kepada pembaca (publik). Informasi yang disajikan melalui karya-karya jurnalistik, seperti berita *(straight news),* feature, reportase dan lainnya, memang sesuatu yang sangat diharapkan publik pembaca, ketika membaca, membeli dan berlangganan media jurnalistik. Informasi yang disampaikan pun beragam jenisnya. Tidak hanya sebatas informasi yang berkaitan dengan suatu peristiwa, tetapi juga bersifat ide, gagasan-gagasan, pendapat atau pikiran-pikiran orang lain yang memang layak untuk disampaikan ke publik pembaca.**

**2. Pemberi hiburan.**

 **Menghibur dalam kaitan meredakan atau melemaskan ketegangan- ketegangan pikiran karena kesibukan aktivitas kehidupan. Jadi, informasi yang disajikan media pers tidak hanya berita-berita serius atau berita-berita berat (*hard news*), tapi juga berita-berita atau karya jurnalistik lainnya yang mampu membuat pembaca tersenyum, dan melemaskan otot-otot pikirannya. Karya-karya menghibur itu biasa ditemukan dalam bentuk karya fiksi, seperti cerpen, cerita bersambung, cerita bergambar, karikatur, gambar-gambar kartun, bahkan juga tulisan-tulisan yang bersifat human interest.**

**3. Pemberi kontrol (alat kontrol sosial)**

 **Sebagai media penyampai informasi, media pers tidak hanya sebatas menyampaikan atau memberikan informasi yang berkaitan dengan suatu peristiwa, akan tetapi berkewajiban juga menyampaikan gagasan-gagasan maupun pendapat yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat luas. Bila ada suatu kebijakan, baik dari pemerintah maupun lembaga- lembaga tertentu, yang dipandang tidak sesuai atau berlawanan dengan kepentingan masyarakat, media pers punya kewajiban untuk mengingatkan. Cara mengingatkannya dilakukan melalui tulisan di tajuk rencana maupun karya jurnalistik lainnya.**

**4. Pendidik masyarakat.**

 **Dalam pengertian yang luas, pers berkewajiban mendidik masyarakat pembacanya dengan memberikan beragam pengetahuan yang bisa bermanfaat bagi peningkatan nilai kehidupan. Sajian- sajian karya jurnalistiknya haruslah mencerahkan dan memberikan tambahan pengetahuan serta wawasan yang luas, sehingga masyarakat memperoleh pemahaman atau pengertian baru tentang kehidupan yang lebih maju dibanding sebelumnya. (2001:48)**

**2.3 Indovidgram**

 Perkembangan teknologi dewasa ini sangatlah pesat. Hal itu tidak bisa dipungkiri karena semakin hari semakin banyak kegiatan yang dilatarbelakangi oleh penggunaan teknologi moderen salah satunya internet. Berbagai macam kegiatan manusia dapat dilakukan dengan cara yang mudah dan cepat. Selain itu berbagai macam sarana yang menunjang seperti aplikasi atau *software* tertentu memungkinkan para penggunanya untuk melakukan berbagai macam hal dengan dunia luas seperti bekerja, mencari informasi bahkan hiburan dan media penyaluran bakat atau ide. Adapun kegiatan Indovidgram yang memanjakan penggunanya dengan suguhan-suguhan video yang tak jarang menjadi referensi hiburan bahkan syarat dengan informasi.

 Saat ini hampir semua orang memiliki akun di media sosial. Salah satu yang berkembang dan di gemari oleh publik saat ini adalah “ Instagram “. Instagram merupakan sebuah aplikasi di media sosial dimana kita sebagai pengguna dapat meng-upload foto maupun video pendek yang berdurasi paling lama 15 detik. Karena kreativitas tinggi dan didorong dengan media dan aplikasi yang menunjang, banyak sekali individu terutama kaum muda di Indonesia yang mulai berbagi kreatifitas melalui unggahan video yang dinamai Indovidgram.

**2.3.1 Perkembangan Indovidgram**

 Indovidgram adalah singkatan dari Indonesia-Video-Instagram dimana disini para pemilik akun yang aktif di Instagram dapat membuat video dengan durasi 15 detik yang isi dari videonya bertujuan untuk menghibur orang, saling menunjukan kreatifitas atau bertukar informasi. Kegiatan Indovidgram yang mulai muncul atas pelopor dari para kaum muda di Indonesia ini  lahir sekitar bulan Februari dan awalnya dipelopori oleh 7 orang yakni @benakribo , @moinblog , @marloernesto , @chandraliow , @dhinoharyoo , @ardinhai , dan @aulion.

 Perkembangan komunitas Indovidgram ini cukup pesat. Setelah dibuat akun @indovidgram secara resmi pada tanggal 6 April 2014, hingga saat ini tercatat *followers* @Indovidgram sudah mencapai lebih dari 109.000 *followers* dan sudah mengupload video lebih dari 100 video. Di akun Indovidgram sendiri setiap harinya akan diupload minimal dua video baru. Satu video hasil karya dari salah satu *founder*nya, sedangkan satu atau dua video lainnya dari *followers* mereka yang sudah mengirimkan video hasil kreatifitas mereka masing-masing. Untuk melakukan kegiatan Indovidgram ini, tidak ada kewajiban atau syarat apapun selain harus memiliki akun Instagram dan mengunggah video hasil buatan sendiri yang tentunya memiliki tujuan yang bisa disampaikan pada publik pengguna Instagram lainnya. Selain itu dituntut memilikim kreatifitas tinggi untuk mengunggah video tersebut agar menarik dan ketika mengunggah video tersebut diberi tanda atau *hastag­* #Indovidgram.

**2.4 Instagram**

 Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak.
 Michel "Mike" Krieger (lahir 4 Maret 1986) adalah pengusaha Brasil dan insinyur perangkat lunak, yang mungkin paling dikenal sebagai *co-founder* Instagram, bersama Kevin Systrom. Lahir di Sao Paulo, Sao Paulo, Brasil, Krieger pindah ke California pada tahun 2004 untuk menghadiri Stanford University. Di Stanford, di mana ia belajar sistem simbol, ia bertemu Kevin Systrom. Keduanya mendirikan Instagram di 2010.

 Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play.

 Nama Instagram sendiri berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata **“insta”** berasal dari kata **“instan”,** seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata **“gram”** berasal dari kata **“telegram”**, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram.

 Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya atau memiliki akun Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut atau *followers* juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram, dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram atau membagiakan unggahan fotonya melalui jejaring sosial seperti [Twitter](http://id.wikipedia.org/wiki/Twitter) dan juga [Facebook](http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook).

**2.4.1 Perkembangan Instagram**

 Meskipun merupakan media sosial yang berupa aplikasi baru, pengguna Instagram telah mencapai 1 juta orang pada Desember 2010. Awal Januari 2011 Instagram menambahkan Hashtags (#) untuk lebih memudahkan pengguna menemukan foto yang mereka cari. Hal ini semakin menguatkan posisi [Instagram](http://pandri-16.blogspot.com/2012/10/sejarah-awal-kesuksesan-instagram.html) sebagai salah satu media sosial dan aplikasi yang paling banyak diminati. Terbukti pada Juni 2011 mereka mengumumkan telah memiliki sekitar 5 juta pengguna.

 Belum genap satu tahun semenjak peluncurannya atau pada Agustus 2011, tercatat sebanyak 150 juta foto diunggah ke Instagram. Pada bulan September 2011,mereka meluncurkan versi 2.0. Di App store dengan menambahkan fitur baru. Seperti Live Filter, Foto resolusi tinggi, Till Shift secara instan, dll. Jumlah pengguna pun meningka 10  kali lipat. Kini penggina instagram di iOS di kliaim melebihi 30 juta

 Pada awal April 2012 lalu, mereka merilis aplikasinya dalam versi Android. Sesuai dugaan, hanya dalam waktu satu hari Instagram Android diunduh sebanyak 1 juta kali. Nilai jual mereka pun mencapai US$ 500 juta (Rp 4,5 triliun).

**2.5 Media sosial**

 **Media sosial** adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi [blog](http://id.wikipedia.org/wiki/Blog), [jejaring sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Jejaring_sosial), wiki, forum dan [dunia virtual](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Dunia_virtual&action=edit&redlink=1). Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. [**Kaplan**](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Andreas_Kaplan&action=edit&redlink=1) dan [**Haenlein**](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Michael_Haenlein&action=edit&redlink=1) mendefinisikan media social sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".

 Media sosial digunakan dengan cara memanfaatkan teknologi dalam berkomunikasi. Teknologi yang dimaksud adalah internet. Sifatnya terbuka membuat siapapun bisa masuk di dalamnya. Dengan media sosial, siapa saja bisa menuangkan hasil pemikirannya dalam bentuk teks atau visual. Menurut **Dave Evan** dalam bukunya yang berjudul **Social Media One Hour a Day** menjelaskan bahwa media sosial adalah :

 ***Social media is the democratization of information, tranforming people from content reader into content publisher. It is shift from broadcast mechanism to a many- to many model, rooted in conversation between authors, people and peers. Social media user the “wisdom of crowds” to connect informationin a collaborative manner.* (Media sosial merupakan demokratisasi informasi yang mengubah orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten. Hal ini merupakan pergeseran dari mekanisme siaran menjadi model banyak ke banyak saluran, yang berakar dari percakapan antara penulis, khalayak dan rekan-rekan. Media sosial menggunakan “konsep orang banyak” agar dapat terhubung dengan informasi secara bersama-sama). (2008:33)**

Definisi di atas menyimpulkan bahwa kehadiran media sosial merupakan bentuk demokratisasi informasi, dimana orang yang terlibat di dalamnya bukan hanya berperan sebagai pembaca melainkan sebagai penerbit konten juga. Pada intinya, seseorang yang menggunakan media sosial mampu mejadi seorang komunikan dan komunikator sesuai kebutuhan yang akan dilakukannya. Baik itu sebagai penyampai informasi atau penerima informasi.

 Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentasi, self-disclosure*) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media social :

1. **Proyek Kolaborasi**

***Website* mengijinkan *user*nya (pengguna) untuk dapat mengubah, menambah, ataupun me-*remove* konten-konten yang ada di *website* ini. Contoh wikipedia.**

1. **Blog dan Microblog**

**User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contoh**[**twitter**](http://id.wikipedia.org/wiki/Twitter) **wodpress dan tumblr.**

1. **Konten**

**Para *user* dari pengguna *website* ini saling meng-*share* atau membagikan konten-konten media, baik seperti video, *ebook*, gambar, dan lain-lain. Contoh youtube dan Instagram.**

1. **Situs Jejaring Sosial**

**Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi dalam sebuah kegiatan mengunggah foto sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa berupa foto-foto. Contoh**[**facebook**](http://id.wikipedia.org/wiki/Facebook)**, path dan Instagram.**

1. **Virtual Game World**

**Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana *user* bisa muncul dalam bentuk avatar-avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contoh game online.**

1. **Virtual Social World**

 **Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, Virtual Social World lebih bebas dan lebih ke arah kehidupan. Contoh** [**second life**](http://id.wikipedia.org/wiki/Second_life)**. (wikipedia)**

[**Kaplan**](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Andreas_Kaplan&action=edit&redlink=1) dan [**Haenlein**](http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Michael_Haenlein&action=edit&redlink=1)mengungkapkan beberapa ciri-ciri dari media sosial yang dikutip oleh Wikipedia, diantaranya :

1. **Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.**
2. **Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *gatekeeper.***
3. **Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.**
4. **Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. (wikipedia)**

Media sosial bisa merupakan sebagai alat promosi bisnis yang efektif disamping sebagai media bertukar informasi dan menuangkan ide-ide kreatif para penggunanya, karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan bisa lebih luas. Media sosial seperti blog, facebook, twitter, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi penggunanya dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

 Hal itu karena media sosial bisa diakses di seluruh wilayah dengan jaringan internet. Oleh karena itu media sosial memiliki dampak yang cukup menguntungkan bagi penggunanya, diantaranya :

1. **Media Bersifat gratis**
2. **Memudahkan kita membentuk jaringan sosial, mulai dari teman lama, teman saat ini sampai pada teman baru.**
3. **Memudahkan untuk berkomunikasi satu teman dengan teman yang lain baik secara real time ataupun offline.**
4. **Harus Diakui bagi seorang seorang pemula dan remaja media ini sangat membantu dan mendidik terutama dalam mengenal dan mengawali dunia internet.**
5. **Bisa dimanfaatkan untuk media promosi/iklan dan pemberitahuan secara uptodate.**
6. **Dan manfaat hiburan lainnya seperti komunitas, kuis, game dll yang bisa menambah pengetahuan kita tentang teknologi maupun hal umum. (**[**www.wedaran.com**](http://www.wedaran.com)**)**

 Melihat dari bagaimana dampak yang timbul bagi pengguna media sosial cukup menguntungkan, maka tidak heran jika semakin hari semakin meningkat jumlah pengguna media sosial. Hal ini erat kaitannya dengan bagaimana karakteristik dari media sosila itu sendiri. Ada beberapa karakteristik dari media sosial yang dikemukakan oleh sebuah sumber, yaitu :

1. **Status dan Penghargaan Diri (*Status and Self Esteem*)**

**Dalam piramida kebutuhan psikologis manusia, pencapaian dan pengharapan dari orang lain merupakan kebutuhan tertinggi seteah aktualisasi diri. Bahkan untuk budaya timur, keinginan untuk diakuidan dihargai mungkin menyamai atau lebih tinggi daripada keinginan aktualisasi diri.**

1. **Pengekspresian Identitas (*Expressing Identity*)**

**Keinginan mengekspresikan identitasnya yang unik adalah hal yang tidak terlepas dari sifat dasar manusis, terutama yang menghargai kebebasan. Setiap individu memiliki keinginan untuk dihargai sebagai seseorang yang special, berbeda dari yang lain dan memiliki kekhasan yang sulit atau bahkan tidak mungkin untuk ditiru.**

1. **Memberi dan Mendapatkan Bantuan (*Giving and Getting Help*)**

**Salah satu motivasi melakukan interaksi sosial adalah mendapatkan pengakuan dan status, ternyata mencari dan memberikan bantuan juga merupakan komponen penting dalam setiap interaksi sosial.**

1. **Afiliasi dan Kepemilikan (*Affiliation and Belonging*)**

**Ada kecenderungan hasrat manusia untuk mendambakan jadi bagian dari sesuau yang lebih besar. Sebagai individu, seringkali kita merasa tidak mampu melakukan perubahan besar. Lain halnya jika menjadi bagian dari suatu komunitas sosial. Jika salah satu regu olahraga Indonesia berhasil memenangkan suatu turnamen internasional yang prestisius, banyak warga negara Indonesia akan turut merasa bangga.**

1. **Pengakuan Komunitas (*Sense of Community*)**

**Karakteristik sosial terakhir yang diidentifikasi adalah berkaitan dengan keinginan berkumpul dan menjadi bagian dari sesuatu yang dapat menopangnya melalui kesulitan. Keinginan ini juga didorong oleh perasaan “senasib dan sepenanggungan” yang dialami. Di sini, keinginan yang harus dipenuhi adalah terjadinya interaksi pribadi yang lebih dari sekedar memenuhi kebutuhan rasional, tapi juga kebutuhan emosional dan bahkan spiritual. Komunitas online yang akhirnya berkumpul untuk melakukan amal bersama,memberikan sense of community. (**[**www.romelteamedia.com**](http://www.romelteamedia.com)**)**

**2.5.1 Perkembangan Media Sosial**

 Saat teknologi internet dan *mobile phone* makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses berbagai macam media sosial, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone* atau *smartphone* atau  *gadget*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

 Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan *social media* dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, foto, video, grafis, dan berbagai model isi lainnya.

 Media sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, Awal mula terbentuknya media sosial terjadi pada tahu 1978 dari penemuan sistem papan buletin, yang dapat memungkinkan kita untuk mengunggah, atau mengunduh informasi, dapat berkomunikasi dengan mengunakan surat elektronik yang koneksi internetnya masih terhubung dengan saluran telepon dengan modem. Sistem papan buletin ini ditemukan oleh Ward Christensen dan Randy Suess yang keduanya adalah sesama pecinta dunia komputer.  Perkembangan media sosial pertaman kali dilakukan melalui pengiriman surat elektronik pertama oleh peneliti **ARPA ( Advanced Research Project Agency)** pada tahun 1971.

 Berikutnya pada tahun 1995 kelahiran dari situs **GeoCities**, situs ini melayani Web Hosting yaitu layanan penyewaan penyimpanan data - data website agar halaman website tersebut bisa di akses dari mana saja, dan kemunculan GeoCities ini menjadi tonggak dari berdirinya website - website lain. Dua tahun selanjutnya pada tahun 1997 muncul situs jejaring sosial pertama yaitu **Sixdegree.com** walaupun sebenarnya pada tahun 1995 terdapat situs Classmates.com yang juga merupakan situs jejaring sosial namun, Sixdegree.com di anggap lebih menawarkan sebuah situs jejaring sosial di banding Classmates.com

 Tahun 1999 uncul situs untuk membuat blog pribadi, yaitu **Blogger**. Situs yang menawarkan penggunanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. sehingga pengguna dari Blogger ini bisa memuat hal tentang apapun. termasuk hal pribadi ataupun untuk mengkritisi pemerintah. Sehingga bisa di katakan blogger ini menjadi tonggak berkembangnya sebuah media sosial. Kemudian 2002 berdirinya sebuah media sosial yang sangat mendominasi dan banyak digemari pada eranya yaitu **Friendster**, situs jejaring sosial yang pada saat itu menjadi booming, dan keberadaan sebuah media sosial menjadi fenomenal.

 Semakin maju teknologi, makin beragam pula media sosial yang bermunculan. Pada jaman yang beranjak moderen, tepatnya tahun 2003 berdiri **LinkedIn**, media sosial yang tak hanya berguna untuk bersosial, LinkedIn juga berguna untuk mencari pekerjaan, sehingga fungsi dari sebuah Media Sosial makin berkembang. Di tahun yang sama **MySpace** menawarkan kemudahan dalam menggunakannya. Media sosial untuk mengobrol, berbagi moment dan foto bisa dilakukan penggunanya hanya dengan mengisi data akun, sehingga myspace di katakan situs jejaring sosial yang *user friendly*.

 Setahun kemudian tepatnya 2004 lahirlah media sosial dengan jutaan pengguna bahkan hingga saat ini yaitu **Facebook**. Situs jejaring sosial yang terkenal hingga sampai saat ini, merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memiliki anggota terbanyak di dunia. Disusul setahun kemudian tepatnya 2006 kelahiran media sosial yang tak kalah menarik dari Facebook dan memiliki pengguna yang sangat banyak juga. Situs jejaring sosial **Twitter** yang berbeda dengan yang lainnya, karena pengguna dari Twitter hanya bisa mengupdate status atau yang bernama Tweet ini yang hanya di batasi 140 karakter.

 Pada 2007 diciptakanlah **Wiser**, situs jejaring sosial pertama sekali diluncurkan bertepatan dengan peringatan Hari Bumi (22 April) 2007. Situs ini diharapkan bisa menjadi sebuah direktori online organisasi lingkungan seluruh dunia termasuk pergerakan lingkungan baik dilakukan individu maupun kelompok. Tahun 2010 awal mula media sosial **Instagram** muncul atas pemikiran dari dua orang Michel "Mike" Krieger (lahir 4 Maret 1986) yang merupakan seorang pengusaha Brasil dan insinyur perangkat lunak, yang mungkin paling dikenal sebagai co-founder Instagram, bersama Kevin Systrom. Lahir di Sao Paulo, Sao Paulo, Brasil, Krieger pindah ke California pada tahun 2004 untuk menghadiri Stanford University. Di Stanford, di mana ia belajar sistem simbol, ia bertemu Kevin Systrom.

 Keduanya mendirikan Instagram di 2010. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play.

 Selanjutnya perkembangan media sosial tidak berhenti sampai di Instagram saja. Tepat pada tahun 2011 muncul media sosial yang bernama **Google+**, yang mana perusahaan google meluncurkan situs jejaring sosialnya yang bernama google+, namun pada awal peluncuran. google+ hanya sebatas pada orang yang telah di invite oleh google. Setelah itu google+ di luncurkan secara umum.

 Media sosial juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti Social Media Maintenance, Social Media Endorsement dan Social Media Activation. Oleh karena itu, Media sosial kini menjadi salah satu servis yang ditawarkan oleh [Digital Agency](http://www.bounche.com/).

**2.5.2 *New Media***

 Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, khususnya teknologi komunikasi yang telah mengimbangi kehebatan media massa yang selama ini menjadi primadona di antara media lainnya sebagai media pernyampai dan pertukaran pesan. Kehadiran interet di tengah-tengah kehidupan masyarakat merupakan awal munculnya Media Baru (*New Media*).

 Internet menjadi sebuah revolusi dari komunikasi yang sangat luas dan mendalam serta memberikan banyak kemudahan bagi individu maupun organisasi dalam menyampaikan dan menerima informasi dalam waktu yang lebih singkat dan memiliki jangkauan yang sangat luas.

 Pakar media baru **Pavlik** dan **McIntosh** dalam **Cutlip, Center & Broom** pada buku ***Effective Public Relations*** mengatakan tentang konvergensi media yaitu :

 “**Menyatukan telekomunikasi, komputer dan media dalam lingkungan digital. Konvergensi dan perubahan yang dihasilkan telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi.” (2007:287)**

 Dari pengertian di atas dikatakan bahwa media baru adalah perpaduan antara telekomunikasi, komputer dan media dalam bentuk digital. Perpaduan unsur-unsur tersebut telah mengubah banyak aspek dasar dari media massa dan komunikasi. Jika dikatakan dengan media massa pesan akan bisa disampaikan secara luas, maka media baru bisa menyiarkan secara lebih luas lagi sehingga mampu menembus ruang dan waktu dan tidak hanya sekedar aspek penyiaran yang akan dihasilkan tetapi media baru mampu membentuk sebuah jaringan.

 **LittleJhon** dan **Foss** dalam bukunya **Teori Komunikasi: *The Theories of Human Communication*** menyebutkan bahwa media baru sebagai “media kedua” dan media yang sebelumnya atau media massa adalah sebagai “media pertama”. Perbedaan paling dominan antara kedua media tersebut ia membandingkan diantara keduanya dengan memberikan gambaran sebagai berikut :

 **Era media pertama digambarkan oleh (1) Sentralisasi Produksi (satu menjadi banyak); (2) Komunikasi Satu Arah; (3) Kendali Situasi, untuk sebagian besar; (4) Reproduksi Srtatifikasi Sosial dan Perbedaan melalui Media; (5) Audien Massa yang Terpecah; (6) Pembentukan Kesadaran Sosial. Era media kedua sebaliknya, dapat digambarkan sebagai :**

 **(1) Desentralisasi; (2) Dau Arah; (3) Diluar Kendali Situasi; (4) Demokratisasi; (5) Mengangkat Kesadaran Individu; (6) Orientasi Individu. (2009:413)**

Dari rincian di atas dapat disimpulkan bahwa media baru bersifat lebih bebas dibandingkan dengan media sebelumnya dan adanya komunikasi dua arah (interaktif) merupakan hal yang tidak dapat dikendalikan dengan mudah, karena siapa saja bisa masuk menjadi pelaku komunikasi dan antar pelaku komunikasi satu sama lain saling mempengaruhi.

**2.6 Internet**

Dewasa ini jaringan internet sudah merambah di berbagai bidang kehidupan, baik bidang sosial, budaya, politik, ekonomi, pendidikan, maupun teknologi. Ada banyak manfaat yang bisa diambil dari penguunaan internet. Diantaranya, adalah cepatnya proses pencarian informasi dan pengetahuan bahkan berita tentang hal tertentu dan kemudahan melakukan proses komunikasi secara murah dan efisien dengan pengguna lain untuk memperluas relasi sebagai makhluk sosial.

 Internet merupakan kumpulan jaringan komputer yang terhubung antara satu dengan yang lainnya dalam sebuah jaringan yang sangat luas. Internet dapat menghubungkan komputer dan jaringan-jaringan komputer lain di mana pun di seluruh penjuru dunia sehingga menjadi sebuah jaringan komputer yang sangat besar. Jaringan internet seringkali digambarkan sebagai sebuah awan internet (*internet clouds*) yaitu secara logika digambarkan sebagai gambaran jaringan komputer yang terdiri dari banyak komputer yang saling terhubung. Maka jika sebuah komputer yang terhubung dengan internet berarti mampu terhubung dengan komputer lain yang juga terhubung ke jaringan internet. Internet merupakan sebuah dunia yang tidak mempunyai penguasa. Artinya, semua pengguna internet mempunyai hak yang sama.

 Istilah internet sendiri sebenarnya merupakan singkatan dari **Interconnected Networking** yang berarti jaringan-jaringan komputer yang saling terhubung. Dengan definisi tersebut internet dapat diartikan sebagai sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia. Internet memiliki dua tipe komputer, yaitu komputer server (*server computer*) dan komputer client (*client computer*). Informasi dan layanan yang terdapat di internet disediakan oleh komputer server, sedangkan komputer client hanya bisa mengakses informasi dan layanan atau fasilitas di komputer tersebut.

 Dunia internet kadang juga disebut sebagai dunia *cyber*. Dengan internet, seseorang dimungkinkan untuk menyamarkan indentitas dalam melakukan kegiatan misalnya berkomunikasi dengan pengguna internet lainnya. Oleh karena itu diperukan kewaspadaan dan kebijakan dalam penggunaan dan akses internet ini yang mana berlaku untuk berbagai macam aktifitas dengan media sosial.

**2.6.1 Perkembangan Internet**

 Kemunculan internet berawal pada tahun 1969, dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat melalui sebuah proyek yaitu ARPA yang disebut dengan ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*), mereka mendemontrasikan bagaimana *hardware* dan *software* komputer yang berbasis UNIX yang mana seluruh penggunanya dapat melakukan komunikasi jarak jauh melalui saluran telepon. Proyek ARPANET merancang bentuk jaringan, kehandalan, seberapa besar informasi dapat dipindahkan dan akhirnya semua standar yang mereka tentukan menjadi cikal bakal pembangunan protokol baru yang sekarang dikenal sebagai TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*).

 Tujuan awal dibangunnya proyek ARPANET adalah untuk keperluan militer. Pada saat itu Departemen Pertahanan Amerika Serikat membuat sistem jaringan komputer yang tersebar dengan menghubungkan komputer di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat yang apabila terjadi perang dapat mudah dihancurkan.

 Pada mulanya ARPANET hanya menghubungkan 4 situs saja yaitu *Starford Research Institute, University of California, Santa Barbara* dan *University of Utah* dimana mereka membentuk jaringan terpadu pada tahun 1969. Dan pada tahu 1972 di bulan Oktober, ARPANET secara resmi diperkenalkan kepada khalayak umum. Tidak lama kemudian, proyek ini berkembang pesat di seluruh daerah dan semua universitas di negara tersebut bergabung dengan ARPANET dan menggunakan fasilitas internet.

 Pesatnya perkembangan internet karena dikendarai oleh proyek ARPANET ini ditandai oleh adanya beberapa kejadian-kejadian penting sepanjang sejarah yang terlibat dalam perkembangan jaringan internet di dunia. Beberapa kejadian penting tersebut diantaranya :

**Tabel 1.1 Daftar Kejadian Penting**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tahun** | **Kejadian Penting** |
| 1957 | Uni Soviet (Rusia) meluncurkan wahana luar angkasa, Sputnik. |
| 1958 | Sebagai buntut “kekalahan” Amerika Serikat dalam meluncurkan wahana luar angkasa, dibentuklah sebuah badan di dalam Departemen Pertahanan Amerika Serikat, *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) yang bertujuan agar Amerika Serikat mampu meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi negara tersebut. Salah satu sasarannya adalah teknologi komputer.  |
| 1962 | **Licklider** menulis sebuah tulisan mengenai sebuah visi dimana komputer-komputer dapat saling dihubungkan antara satu dengan lainnya secara global agar setiap komputer tersebut mampu menawarkan akses terhadap program dan juga data. Pada tahun berikutnya RAND Corporation memulai riset terhadap ide tentang jaringan komputer retribusi yang ditujukan untuk tujuan militer. |
| Awal 1960 | Teori mengenai *packet-switching* dapat diimplementasikan dalam dunia nyata. |
| Pertengahan 1960 | ARPA mengembangkan ARPANET untuk mempromosikan “*Cooperative Networking of Time-sharing Computers*”, dengan hanya 4 buah *host* komputer yang dapat dihubungkan hingga tahun 1969, yakni *Stanford Research Institute, University of California, Los Angeles, Santa Barbara* dan *University of Utah*. |
| 1965 | Istilah *Hypertext* dikeluarkan oleh Ted Nelson. |
| 1968 | Jaringan Tymnet dibuat. |
| 1971 | Anggota jaringan ARPANET bertambah menjadi 23 buah mode komputer, yang terdiri atas komputer-komputer untuk riset milik pemerintah Amerika Serikat dan universitas. |
| 1972 | Senuah kelompok kerja yang disebut dengan *International Network Working Group* (INWG) dibuat untuk meningkatkan teknologi jaringan komputer, termasuk diantaranya adalah internet. Pembicaraan pertama dari organisasi ini adalah **Vint Cerf**yang kemudian disebut sebagai Bapak Internet. |
| 1972-1974 | Beberapa layanan data komersial seperti Dialog, SDC Orbit, Lexis, The New York Times Data Bank dan lainnya mendaftarkan diri ke ARPANET melalui jaringan *dial-up*. |
| 1973 | ARPANET ke luar Amerika Serikat : Pada saat itu anggota ARPANET bertambah lagi dengan masuknya beberapa universitas di luar Amerika Serikat yakni *University Collage of London* dari Inggris dan *Royal Radar Establishment* di Norwegia. |
| 1974 | Vint Cerf dan Bob Kahn mempublikasikan spesifikasi detail protokol *Transmission Control Protocol* (TCP) dalam artikel “*A Protocol for Packet Network Interconnection*”.Masih di tahun yang sama, Bolt, Beranet & Newman (BBN) kontraktor untuk ARPANET membuka sebuah versi komersial dari ARPANET yang mereka sebut dengan Telenet yang merupakan layanan paket data publik pertama. |
| 1977 | Terdapat 111 buah komputer yang telah tehubung ke jaringan ARPANET. |
| 1978 | Protokol TCP dipecah menjadi dua bagian yakni *Transmission Control Protocol* dan *Internet Protocol* (TCP/IP). |
| 1979 | Grup diskusi Usenet pertama dibuat oleh Tom Truscott, Jim Ellis dan Steve Bellovin yang merupakan alumni dari Duke University dan University of North Carolina, Amerika Serikat. Setelah itu penggunaan Usenet pun meningkat secara drastis. Pada tahun ini pula adanya *emoticons* diusulkan oleh Kevin McKenzie. |
| Awal 1980 | Komputer pribadi (PC) mewabah dan menjadi bagian dari kebanyakan hidup manusia. Di tahun ini tercatat ARPANET telah memiliki anggota hingga 213 *host* yang terhubung. Layanan BITNET (*Because It’s Time Network*) dimulai dengan menyediakan layanan e-mail, *mailing list* dan *File Transfer Protocol* (FTP).CSNET (*Computer Science Network*) pun dibangun pada tahun ini oleh para ilmuwan dan pakar pada ilmu bidang komputer dari berbagai universitas di Amerika Serikat. |
| 1982 | Istilah **Internet** pertama kali digunakan dan TCP/IP diadopsi sebagai protokol universal untuk jaringan tersebut. *Name Server* mulai dikembangkan sehingga mengizinkan para pengguna agar dapat terhubung kepada sebuah *host* tanpa harus mengetahui jalur pasti menuju *host* tersebut. Tahun ini pula tercatat ada lebih dari 1000 buah *host* yang tergabung ke internet. |
| 1986 | Diperkenalkan sistem nama domain yang sekarang dikenal dengan DNS (*Domain Name System*) yang berfungsi untuk menyeragamkan sistem pemberian nama alamat jaringan komputer. |

*Sumber: Wikipedia/Sejarah dan Perkembangan Internet*

 **Sutedjo** mengutarakan tentang masuknya internet di Indonesia yaitu yang mulai dikembangkan pada tahun 1983 di Universitas Indonesia yang berupa Oinet oleh Joseph F.P Luhukay yang ketika itu baru saja menamatkan program sebagai Doktor Filosofi Ilmu Komputer di Amerika Serikat. Jaringan itu dibangun selama 4 tahun. Pada tahu yang sama Luhukay juga mengembangkan *Unicersity Network* (UNINET) di lingkungan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan yang merupakan jaringan komputer denga jangkauan yang sanagt luas yang meliputi Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Institut Pertanian Bogor, Universitas Gadjah Mada, Institut Teknologi Surabaya dan Universitas Hassanudin. Jaringan internet tersebut menjadikan pelopor terjadinya revolusi teknologi. Internet semakin diminati oleh berbagai kalangan baik perorangan maupun instansi pemerintah ataupun swasta.

**2.6.2 Fungsi Internet**

 Menurut **Sidharta** (1996), secara fisik internet adalah interkoneksi antar jaringan komputer. Namun secara umum internet harus dipandang sebagai sumber daya informasi. Isi internet adalah informasi dan dapat juga dibayangkan sebagai suatu database atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap. Bahkan internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya) karena hampir seluruh aspek kehidupan di dunia nyata ada di internet seperti bisnis, hiburan, olahraga, politik dan lain sebagainya.

 Kegunaan atau fungsi internet menurut **Quarterman** dan **Mitchell** dibagi menjadi 4 kategori, yaitu :

1. Internet sebagai Media Komunikasi

Merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunkasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.

1. Media pertukaran data dengan menggunakan *e-mail, newsgroup, ftp* dan *www* (*world wide web*) para pengguna internet diseluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
2. Media untuk mencari informasi atau data perkembangan internet yang pesat, menjadikan *www* sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.
3. Fungsi Komunitas

Internet membentuk masyarakat yang beranggotakan para pengguna internet di seluruh dunia. Dalam komunitas ini pengguna internet berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, melakukan transaksi bisnis dan sebagainya. Maka internet sering disebut sebagai *cyberspace* atau *virtual world* (dunia maya). (wikipedia)

**2.6.3 Fasilitas Internet**

1. E-Mail (Electronic Mail)

Merupakan surat atau pesan elektronik yang dikirim dan diterima oleh antar individu atau komputer. E-mail tidak hanya berisi teks tapi juga dapat menyertakan atau melapirkan file, grafik, dokumen, foto bahkan video.

1. Discussion Group

Caranya adalah menggunakan *e-mail* untuk orang-orang yang sudah dikenal baik, tetapi dapat digunakan *e-mail* untuk saling bertukar infromasi, diskusi dan dialog dengan orang lain.

 a. Mailing List

Biasanya disebut Milis dikalangan neters Indonesia, merupakan salah satu grup diskusi di internet. Anggotanya dapat berkomunikasi lewat e-mail.

 b. Newsgroup

 Discussion Group ini menggunakan komputer jaringan khusus yang disebut sebagai Use.Net. Setiap komputer terdapat beberapa newsgroup, diatur berdasarkan general kemudian dibagi menjadi beberapa subtopik.

1. FTP

File Transfer Protocol adalah layanan untuk melakukan transfer data dari komputer dengan server internet. Banyak server yang menyediakan layanan ini sehingga pengguna dapat meng-copy file ke komputer, biasa disebut dengan download. Selain itu juga dapat meng-copy file dari komputer ke server internet atau biasa disebut dengan unggah.

1. Telnet

Beberapa server internet mengizinkan pengguna mengakses dan menjalankan beberapa program yang diinstal komputer.

1. Gopher

Gopher merupakan aplikasi perangkat lunak yang tersusun atas untaian menu akses pencarian dan penemuan kembali. Situs ini merupakan komputer yang menampilkan menu-meni yang mewakili data dan informasi yang tersedia. (wikipedia)

**2.7 Kaitan Fenomenologi dengan Fenomena Indovidgram pada Media Sosial Instagram**

 Mengingat peneliti berupaya menggambarkan fenomena indovidgram pada media sosial instagram di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Pasundan , yang mana kebanyakan mahasiswa merupakan pemilik akun dan pengguna aktif media sosial instagram, maka yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi fenomenologi. Fenomenologi sendiri berupaya menjelaskan makna pengalaman hidup beberapa mahasiswa tentang pengidentifikasian masalah kegiatan indovidgram pada media sosial instagram di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Pasundan.

 Untuk menangkap dan memahami realitas sosial seperti fenomena indovidgram pada media sosial instagram di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Pasundan, peneliti merasa perlu mengadopsi paradigma teoritis yang telah mengembangkan metode kualitatif guna mengungkapkan realitas yang sesungguhnya. Seperti dikutip dari pendapat **Wett** dan **Berg** dalam **Fenomenologi** karya **Kuswarno** menyatakan :

 **“Salah satu keprihatinan dasar dalam pengembangan metodologi kualitatif, bahwa adopsi sikap teoritis tertentu ke titik perspektif melihat atau orientasi anggota sebuah komunitas komunikasi dalam memutuskan apa yang merupakan sifat dari sebuah fenomena obyektif. Memang, berbeda dengan asumsi realis atau objektivis, banyak pekerjaan kuantitatif di lapangan. Untuk kualitatif peneliti mengadopsi pandangan bahwa apa yang dianggap sebagai nyata atau tujuan adalah fungsi dari penalaran, konsep, dan orientasi anggota sebuah komunitas komunikasi.”** **(2009:52)**

 Ponsel pintar atau *gadget* yang awalnya ditujuklan bagi pelanggan korporat, kini telah berubah menjadi perangkat yang dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan penggunanya. Temasuk untuk menuangkan segala macam pemikiran, ide dan gagasan bahkan informasi yang bisa disebarluaskan dan dibagikan kepada pengguna lain melalui aplikasi-aplikasi atau akun-akun tertentu.

 Didukung dengan teori yang mendasari penelitian terhadap fenomena tersebut, sehingga penelitian yang dilakukan terhadap fenomena Indovidgram pada media sosial Instagram di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Pasundan ini sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori fenomenologi serta metode kualitatif sebagai metode pada proses penelitian.