**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Komunikasi**

Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau beberapa orang , kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Komunikasi seperti ini disebut dengan komunikasi nonverbal.

**2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi (*communication),*secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin*communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* Dalam kata*communis* ini memiliki makna ‘berbagi’ atau ‘menjadi milik bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia. Karena itu merujuk pada pengertian **Ruben** dan **Steward**(1998:16) mengenai komunikasi manusia yaitu:

Bahwa komunikasi manusia adalah proses yang melibatkan individu-individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan masyarakat yang merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan satu sama lain.

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam **Effendy**(1994:10) bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh **Harold Lasswell** dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society.* Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut:*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma **Lasswell** di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu,yaitu:

1. **Komunikator (siapa yang mengatakan?)**
2. **Pesan (mengatakan apa?)**
3. **Media (melalui saluran/ *channe*l/media apa?)**
4. **Komunikan (kepada siapa?)**
5. **Efek(dengandampak/efekapa?).(1994:10)**

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk *(encode)* pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu.

**2.1.2 Proses Komunikasi**

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif ( sesuai dengan tujuan dari komunikasi itu sendiri). Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

Dalam sebuah komunikasi itu harus melaui proses terlebih dahulu, **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **“Ilmu Komunikasi teori dan Praktek”,** menjelaskan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan secara sekunder.

1. **Proses Komunikasi Secara Primer**

**Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*Symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya. Yang secara langsung dapat “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bermasalah yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain.**

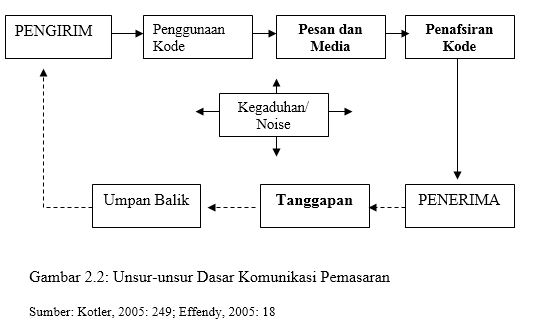
1. **Proses Komunikasi Secara Sekunder**

**Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya, karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder menggunakan media yang diklasifikasikan sebagai media massa (*mass media) dan media nir massa atau non massa (massa media).* (2005:1).**

Untuk mengetahui dan memperjelas bahasan tentang proses komunikasi, **Effendy** dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komuniksi Teori dan Praktek**  menggambarkan skema dari proses komunikasi, sebagi berikut :

Gambar 2.2

*Unsur-unsur dalam proses komunikasi*

**

Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut :

1. Sender : Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. Encoding : Penyajian , yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambang
3. Message : Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampikan oleh komunikator.
4. Media : Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Decoding : yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan komunikator kepadanya.
6. Receiver : Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. Response : Tanggapan, seperangkat reaksi pada pada komunikan setelah diterima pesan.
8. Feedback : umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
9. Noise : Gangguan tidak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

**2.1.3 Tipe Komunikasi**

**DedyMulyana** 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 maraknya korban kasus penipuan melalui jejaring social OLX menggunakan tipe komunikasi massa dalam melakukan proses komunikasinya. Dimana pesan yang disampaikan dalam sebuah kasus tersebut ditujukan kepada khalayak yang berada di tempat-tempat berbeda, sehingga diperlukan media massa sebagai saluran untuk melakukan kegiatan komunikasinya. Maka, kasus penipuan melalui jejaring social OLX adalah bagian dari komunikasi massa.

**2.2 Media Elektronik Audiovisual (internet)**

Perkembangan peradaban manusia dari waktu ke waktu, banyak menghasilkan kemajuan pada banyak bidang, terutama pada bidang informasi dan komunikasi. Dalam bidang informasi dan komunikasi menghasilkan teknik cetak(media cetak), teknik audio(media elektronik) dan masih banyak lagi. Media cetak merupakan media yang bersifat statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran kertas dengan sejumlah kata, gambar, sejumlah foto dengan tata warna dan halaman. Media cetak merupakan dokumen atas segala yang dikatakan orang lain, rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto dan semacamnya untuk dijadikan sebuah berita. Media Elektronik adalah media yang menggunakan elektronik atau elektromekanis. Sumber media elektronik yang familiar bagi pengguna umum antara lain rekaman vidio, rekaman audio, presentasi multimedia, dan konten daring. Media elektronik dapat berbentuk analog maupun digital.

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa penggunaan media pembelajaran erat kaitannya dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK). Perkembangan IPTEK semakin mendorong upaya-upaya pembaharuan dalam pemanfaatan hasil-hasil teknologi dalam proses belajar. Teknologi paling tua yang dimanfaatkan dalam proses belajar adalah system percetakan yang bekerja atas dasar fisik mekanik. Kemudian lahir teknologi audio visual yang menggabungkan penemuan mekanik dan elektronik untuk tujuan pembelajaran. Selain teknologi media audio visual masih ada lagi teknologi multimedia yang sering kali digunakan dalam pembelajaran.

Lahirnya teknologi multimedia adalah hasil dari perpaduan kemajuan teknologi elektronik, teknik computer dan perangkat lunak. Kemampuan penyimpanan dan pengolahan gambar digital dalam belasan juta warna dengan resolesi tinggi serta reproduksi suara maupun video dalam bentuk digital. Multimedia merupakan konsep dan teknologi dari unsur – unsure gambar, suara, animasi serta video disatukan didalam computer untuk disimpan, Diproses dan disajikan guna membentuk interaktif yang sangat inovatif antara computer dengan user.

Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969, melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (Advanced Research Project Agency Network), di mana mereka mendemonstrasikan bagaimana dengan hardware dan software komputer yang berbasis UNIX, kita bisa melakukan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga 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 itu adalah untuk keperluan militer. Pada saat itu Departemen Pertahanan Amerika Serikat (US Department of Defense) 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 Stanford Research Institute, University of California, Santa Barbara, University of Utah, di mana mereka membentuk satu jaringan terpadu pada tahun 1969, dan secara umum ARPANET diperkenalkan pada bulan Oktober 1972. Tidak lama kemudian proyek ini berkembang pesat di seluruh daerah, dan semua universitas di negara tersebut ingin bergabung, sehingga membuat ARPANET kesulitan untuk mengaturnya.

Oleh sebab itu ARPANET dipecah manjadi dua, yaitu "MILNET" untuk keperluan militer dan "ARPANET" baru yang lebih kecil untuk keperluan non-militer seperti, universitas-universitas. Gabungan kedua jaringan akhirnya dikenal dengan nama DARPA Internet, yang kemudian disederhanakan menjadi Internet.

Negara dengan akses Internet yang terbaik termasuk Korea Selatan (50% daripada penduduknya mempunyai akses jalurlebar - Broadband), dan Swedia. Terdapat dua bentuk akses Internet yang umum, yaitu dial-up, dan jalurlebar. Di Indonesia, seperti negara berkembang di mana akses Internet dan penetrasi PC sudah cukup tinggi dengan didukungnya Internet murah dan netbook murah, hanya saja di Indonesia operator kurang adil dalam menentukan harga dan bahkan ada salah satu operator yang sengaja membuat "jebakan" agar pengguna Internet tersebut membayar lebih mahal. Lainnya sekitar 42% dari akses Internet melalui fasilitas Public Internet Access seperti warnet , cybercafe, hotspot dll. Tempat umum lainnya yang sering dipakai untuk akses Internet adalah di kampus dan perkantoran.

Disamping menggunakan PC (Personal Computer), kita juga dapat mengakses Internet melalui Handphone (HP) menggunakan fasilitas yang disebut GPRS (General Packet Radio Service). GPRS merupakan salah satu standar komunikasi wireless (nirkabel) yang memiliki kecepatan koneksi 115 kbps dan mendukung aplikasi yang lebih luas (grafis dan multimedia). Teknologi GPRS dapat diakses yang mendukung fasilitas tersebut. Pengaturan GPRS pada ponsel tergantung dari operator yang digunakan. Biaya akses Internet dihitung melalui besarnya kapasitas (per-kilobyte) yang diunduh.

**2.3 Media Sosial**

Media Sosial (Social Media) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di duniamaya (internet). Para pengguna (user) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking). Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya (users) bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isime liputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi Web 2.0 ,dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content"*

**2.3.1 Karakteristik Media Sosial**

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

**2.3.2 Jenis-Jenis Media Sosial**

Sosial media secara umum bisa di artikan sebagai situs yang menyediakan wadah bagi penggunanya untuk saling berinteraksi secara online. Di media sosial kamu bisa saling berinteraksi dengan pengguna lain, atau mungkin malah menjalin hubungan bisnis dengan orang dari berbagai kalangan.

Di zaman sekarang ini media sosial sudah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian orang, mereka seperti orang kecanduan yang akan merasa aneh bila sehari saja tidak menggunakan situs berbagi informasi ini. Saat ini jejaring media sosial sudah banyak sekali jenisnya, bahkan saking banyaknya akan membuat Anda bingung dalam memilih media sosial apa yang cocok untuk Anda.

Orang Indonesia adalah salah satu pengguna terbesar yang ada di dunia. Di beberapa media sosial Indonesia menduduki peringkat atas dalam daftar pengguna media sosial paling aktif yang ada di dunia. Tapi pada intinya sosial media hanya memiliki satu fungsi yaitu untuk menjalin komunikasi secara online. Berikut adalah beberapa jenis media sosial yang ada di Indonesia:

1. Facebook

Media sosial buatan Mark Zuckerberg ini memang menduduki peringkat pertama media sosial yang paling banyak di gunakan di dunia. Terlepas suka atau tidak suka, saat ini Facebook merupakan media sosial paling populer di dunia. Sejak diluncurkan pada tahun 2004 silam Facebook sudah dilengkapi berbagai fitur yang memanjakan para penggunanya, mulai dari yang awam soal internet sampai yang sudah ahli sekalipun tidak akan mengalami kesulitan menggunakan Facebook sebagai sara berbagi informasi di dunia maya. Kepopuleran Facebook inilah yang mengantarkan Mark Zuckerberg menjadi salah satu orang terkaya di dunia diusia yang masih muda.

2. Twitter

Pada peringkat kedua media sosial yang paling populer di dunia adalah Twitter. Media sosial yang mirip dengan microblog ini tercatat sebagai media sosial yang paling aktif penggunanya. Sejak diluncurkan tahun 2006 Twitter tumbuh dengan pesat dan saat ini sudah mencapai 284 juta pengguna.

Bagi yang suka membagikan status yang singkat jelas dan padat Twitter adalah tempat yang tepat untuk Anda. Hampir seluruh pengguna internat menggunakan Twitter, diantaranya selebritis, politikus, dan juga relawan mereka semua menggunakan media sosial ini untuk kepentingan masing-masing.

3. Google Plus

Media sosial ini merupakan kepunyaan Google Inc. Seperti yang kita tahu, saat ini Google adalah tempat untuk mencari sumber informasi yang paling mudah, cukup dengan mengetik kata kunci di mesin pencari kita akan di kasih ribuan website yang memuat informasi tersebut. Google plus adalah jejaring sosial yang dibesut oleh Google pada tahun 2011, kepopuleran Google+ juga sudah mendunia. Untuk membuat akun media sosial ini juga sangat mudah, Anda cukup membuat akun Google maka secara otomatis akan otomatis mempunyai akun Google+.

Google+ menyediakan layanan profile, Google map, Google buzz dan beberapa yang lain yaitu Circles, Hangouts, dan banyak lagi. Tetapi tidak banyak orang yang aktif di Google+ entah karena belum tahu atau memang kesulitan dalam menggunakannya.

4. Instagram

Instagram merupakan media sosial tempat berbagi foto atau video yang paling populer saat ini. Pada awalnya Instagram hanya tersedia di aplikasi IOS (iphone / ipad), tapi saat ini sudah tersedia untuk berbagai OS yang lain seperti android, symbian, windows phone, dll. Kelebihan dari media sosial Instagram adalah bisa mengedit foto agar terlihat lebih bagus dan profesional.

Fitur yang tersedia di media sosial ini hampir sama dengan media sosial yang lain yaitu ada hashtag, ada comment, ada mention, ada like, ada follow, banyak masih banyak lagi yang lainya. Hampir setiap hari ada jutaan foto dan video yang telah di unggah di Instagram.

5. Pinterest

Situs jejaring sosial ini memungkinkan Anda untuk berbagi foto, acara, minat dan hobi. Bukan hanya sekedar berbagi foto atau file biasa loe, tapi Anda bisa mengelompokkan foto tersebut ke dalam kategori sesuai dengan objek foto tersebut.

Hal menarik lainnya dari Pinterest adalah Anda bisa meng-upload foto ke pinboard, lalu meng-sharenya ke dalam website atau media sosial lainnya. Di Indonesia atau di negara Asia lainnya Pintererst kurang populer jika dibandingkan dengan media sosial lain.

6. Tumblr

Tumblr merupakan media sosial yang memungkinkan peggunanya untuk membagikan post yang berbentuk blog mini yang bisa dilihat di dashboard pengguna lain yang mengikuti kita. Anda bisa mengkonesikan Tumbrl dengan media sosial lain seperti Facebook, Twitter, atau Google plus sehingga ketika Anda mem-posting sesuatu di Tumbrl akan secara otomatis akan masuk dan tampil di media sosial lain.

Seperti layaknya layanan web lain, Tumbrl juga bisa mendesain tampilan dengan HTML. Jadi Anda bebas mendesain tampilan profil Anda sesuai dengan keinginan Anda. Yang membedakan antara Tumblr dengan blog / website profesional adalah Tumblr merupakan blog yang berbasis jejaring sosial. Oleh karena itu yang dipost lebih bersifat kehidupan pribadi. Tumbrl adalah media yang tepat untuk Anda.

7. Flickr

Flickr adalah media sosial khusus untuk berbagi foto. Pada media sosial ini memungkinkan kita untuk men-tag dengan kata kunci populer, sehingga foto atau video yang kita upload akan tersebar luas di mesin pencari. Keanekaragaman foto yang di bagikan di Flikr membuat para pemilik blog menjadikannya referensi untuk mencari gambar yang berkualitas. Jadi bagi Anda yang menyukai fotografi, melukis atau membuat video bisa juga memanfaatkan media sosial ini untuk menyalurkan hobi yang Anda miliki.

8. Situs Jual Beli Online

Pengertian Jual Beli Online adalah Suatu kegiatan Jual Beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telfon, sms dan sebagainya.

Nah seperti pengertian Jual beli online diatas, kita juga dapat melakukan jual beli online melalui suatu forum Jual Beli Online atau Situs jual Beli Online yang sudah menyediakan banyak barang untuk dijual belikan. Tidak hanya itu, untuk memperlancar dan memperaman dalam transaksi ada baiknya bila kita menggunakan jasa pihak ketiga untuk menyimpan uang kita secara aman.

**2.3.3 Fungsi Media Sosial**

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial sperti blog, facebook, twitter, dab youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain :

1. Kesederhanaan

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar TI pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet.

1. Membangun Hubungan

Sosial media menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah feedback langsung, ide, pengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Tidak dengan media tradisional yang tidak dapat melakukan hal tersebut, media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah.

1. Jangkauan Global

Media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten anda untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.

1. Terukur

Dengan sistemtracking yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

1. Fungsi Media Sosial

Ketika kita mendefinisikan media sosial sebagai sistem komunikasi maka kita harus mendefinisikan fungsi-fungsi terkait dengan sistem komunikasi, yaitu :

1. Administrasi

Pengorganisasian proofil karyawan perusahaan dalam jaringan sosial yang relevan dan relatif dimana posisi pasar anda sekarang. Pembentukan pelatihan kebijakan media sosial, dan pendidikan untuk semua karyawan pada penggunaan media sosial. Pembentukan sebuah blog organisasi dan integrasi konten dalam masyarakat yang relevan. Riset pasatr untuk menemukan dimana pasar anda.

1. Mendengarkan dan Belajar

Pembuatan sistem pemantauan untuk mendengar apa yang pasar anda inginkan, apa yang relevan dengan mereka.

1. Berpikir dan Perencanaan

Dengan melihat tahap 1 dan 2, bagaiman anda akan tetap didepan pasar dan begaiman anda berkomunikasi ke pasar. Bagaiman teknologi sosial meningkatkan efisiensi operasional hubungan pasar.

1. Pengukuran

Menetapkan langkah-langkah efektif sangat penting untuk mengukur apakah metode yang digunakan, isi dibuat dan alat yang anda gunakan efektif dalam meningkatkan posisi dan hubungan pasar anda.

**2.4 Jejaring Sosial**

Jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain.

Analisis jaringan jejaring sosial memandang hubungan sosial sebagai simpul dan ikatan. Simpul adalah aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antara aktor tersebut. Bisa terdapat banyak jenis ikatan antar simpul. Penelitian dalam berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan jejaring sosial beroperasi pada banyak tingkatan, mulai dari keluarga hingga negara, dan memegang peranan penting dalam menentukan cara memecahkan masalah, menjalankan organisasi, serta derajat keberhasilan seorang individu dalam mencapai tujuannya.

Dalam bentuk yang paling sederhana, suatu jaringan jejaring sosial adalah peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan tersebut dapat pula digunakan untuk menentukan modal sosial aktor individu. Konsep ini sering digambarkan dalam diagram jaringan sosial yang mewujudkan simpul sebagai titik dan ikatan sebagai garis penghubungnya.

**2.4.1 Jenis-jenis Jejaring Sosial**

Media Jejaring Sosial sendiri memiliki arti sebagai media online yang mengijinkan para penggunanya untuk melakukan aktiftas sosial antar sesame pengguna. Tetapi pengertian tersebut juga masih akan di kembangkan berkenaan dengan persaman makna antara jejaring sosial dengan media sosial. Lebih lengkapnya bisa dilihat di Definisi media jejaring sosial. Di situ juga dijelaskan aktifitas sosial yang bisa dilakukan di dalam media jejaring sosial.

Di bawah ini akan disebutkan semua macam, jenis, contoh, daftar dari Media Jejaring Sosial, baik yang berbentuk aplikasi ataupun situs. Mulai dari yang terpopuler, terbaru, sampai yang terlama.

Macam-macam aplikasi media jejaring sosial yang disediakan di perangkat smartphone (Android, iOS, Windows Phone) :

* Path
* Line
* Instagram
* Beetalk
* Blackberry Messenger
* WeChat

Masih banyak aplikasi media jejaring sosial lain yang tersedia di smartphone. Khusus untuk Line, Beetalk, Blackberry Messenger, dan WeChat, sebenarnya dulu aplikasi ini hanya sebagai aplikasi chat atau messenger. Namun sekarang sudah dikembangkan dengan fitur baru layaknya media jejaring sosial lainnya. Adapun aplikasi chat yang masih diperuntukkan sebagai messenger, yaituWhatsapp.

Selain di smartphone, ada juga aplikasi yang sebelumnya hanya disediakan khusus untuk perangkat smartphone tapi kini sudah disediakan pula di situs web, seperti Instagram. Namun fitur yang bisa digunakan tidak sebanyak di smartphone.

Berikut ini adalah contoh situs media jejaring sosial :

* Twitter
* LinkedIn
* Facebook
* Wikipedia
* Google Plus

Seperti layaknya pengembangan yang dilakukan terhadap aplikasi media jejaring sosial, dimana pengembangannya di perluas ke media situs. Hal ini juga dilakukan oleh situs media jejaring sosial. Mereka juga mengembangkan dan menyediakannya di aplikasi media jejaringsosial.

Pengembangan perlu dilakukan karena sebenarnya aplikasi media jejaring sosial hanya bisa digunakan pada perangkat smartphone. Berbeda dengan situs media jejaring sosial yang bisa diakses di manapun, perangkat computer maupun smartphone, dengan kedua perangkat tersebut kita bisa mengakses media jejaring sosial tersebut dengan menggunakan browser.

Jenis-jenis game sosial :

* Imvu
* Club Cooee
* Second Life
* Virtual World

Semua game online yang mengharuskan penggunanya untuk salingbersosial.

Daftar kumpulan media jejaring sosial lainnya :

* Forum (seperti forum diskusi / tanyajawab, forum jualbeli)
* Blog (seperti blog yang berplatform Blogger, Wordpress, Tumblr)

**2.5 OLX**

OLX merupakan pasar iklan baris online lokal yang dapat diakses melalui internet dan juga melalui aplikasi pada ponsel. OLX saat ini telah berada di 106 negara di dunia, Angola, Argentina, Bangladesh, Brazil, India, Indonesia, Portugal, Poland, Peru, Romania, Hungary, Bulgaria, Panama, Switzerland, South Africa, Kenya, Nigeria, Thailand, Philippines, Pakistan, Kazakhstan dan lainnya.OLX pertama kali dibentuk pada Maret 2006 oleh wiraswastawan internet *Fabrice Grinda dan Alex Oxenford*, sekarang OLX telah dimiliki oleh Global Media dan perusahaan digital **Naspers**.

**Naspers** adalah grup media besar asal Afrika Selatan yang mulai masuk pasar Indonesia lewat investasi di Tokobagus dan juga akuisisi Multiply yang sudah berhenti beroperasi tahun lalu. Menurut pernyataan dari Naspers ketika berinvestasi di OLX, sebagai grup, Naspers akan mengakuisisi atau mendirikan sebuah komunitas internet di negara secara spesifik, sebelum mengembangkan operasinya dengan masuk ke layanan-layanan seperti *e-commerce*, komunikasi dan konten.

OLX yang sebelumnya adalah Tokobagus.com merupakan situs online *classified* terbesar di Indonesia. OLX menyediakan media yang mudah, cepat dan gratis bagi para penjual untuk memasang iklan dan sekaligus bagi pembeli untuk mencari beragam produk barang bekas dan barang baru untuk kebutuhan sehari-hari. Barang yang dapat dicari mulai dari handphone, komputer, perangkat rumah tangga, hingga mobil dan sepeda motor, rumah dan properti, bahkan lowongan kerja dan layanan lainnya.

Tokobagus Didirikan pada tanggal 9 Juni 2005 oleh dua orang pemuda Belanda, Arnold Sebastian Egg dan Remco Lupker. Arnold yang saat itu sedang berlibur di pulau Bali mendapatkan ide setelah melihat perkembangan pesat situs *eCommerce* di Amerika, amazon.

Menilai dari geografis Indonesia yang terdiri dari banyak kepulauan dengan jumlah penduduk yang sangat besar, maka tercetuslah ide untuk membuat situs Tokobagus. Pada tahun 2010, PT Tokobagus akhirnya pindah ke Jakarta setelah membangun usaha selama 5 tahun di Denpasar, Bali.

Tokobagus.com didirikan di Bali pada tahun 2005, oleh Arnold Sebastian Egg, seorang warganegara Belanda. Arnold pertama kali datang ke Indonesia pada awal Januari 2000, saat itu ia adalah seorang pengusaha muda yang baru saja lulus kuliah di Belanda. Melalui PT Isya Jaya, ia memulai usaha di Indonesia, tepat setelah bom Bali I meletus. Saat itu ia menawarkan jasa pembuatan situs *e-commerce*. Pada ahun 2005, Arnold memulai bisnis jual beli secara online. Ia menyiapkan konsep Tokobagus.com dan mulai membangun okobagus.com. Tahun 2008 Arnold mendapat investor yang kemudian menjadi mitranya. Bersama dengan mitra barunya, di tahun yang sama mereka pindah ke Jakarta dan mendirikan PT Tokobagus.

Tokobagus berkembang pesat luar biasa. Juli 2013 memiliki lebih dari 1 miliar pageviews bulanan dan mentargetkan masuk top five situs iklan baris terbesar di dunia.

Tepatnya Selasa (20/5/2014), branding Tokobagus yang sudah begitu melekat akhirnya harus diganti dengan nama yang kurang “indonesia” yaitu OLX. Jadi ketika kita mengetik URL Tokobagus yang lama, muncul pemberitahuan di layar yang menjelaskan bahwa nama Tokobagus.com berubah menjadi OLX Indonesia dengan alamat olx.co.id. “Perubahan ini hanya Nama, Logo dan Url. Sedangkan semua aspek lainnya, yang sudah dirasakan manfaatnya oleh jutaan masyarakat Indonesia masih tetap sama dan tidak berubah,” ujar Kepala Operasional OLX.co.id, Alif Priyono, dalam keterangan resminya. Aktivitas jual-beli dan pemasangan iklan tetap bisa dilakukan seperti biasa.