

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1.Kajian Literatur

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

- 1) Hamidah Elga Pinresta, Mahasiswa Universitas Pasundan, Jurusan Ilmu Komunikasi , Tahun 2013, berjudul FENOMENA *TREND* JEJARING SOSIAL INSTASTORY DI KALANGAN MAHASISWA FISIP UNPAS (Studi Fenomenologi Tentang *Trend* Jejaring Sosial di Kalangan Mahasiswi Fisip Universitas Pasundan Bandung).

Tabel 2.1. Review Penelitian

No.	Nama Peneliti	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan penelitian
1.	Hamidah Elga Pinresta	Fenomena <i>Trend</i> Jejaring Sosial Instastory Di Kalangan Mahasiswa FISIP UNPAS (Studi Fenomenologi Tentang <i>Trend</i> Jejaring Sosial di Kalangan Mahasiswi Fisip Universitas Pasundan Bandung).	Kualitatif	Para mahasiswi pengguna jejaring sosial instastory memaknai jejaring sosial tersebut sebagai tempat hiburan, berbagi momen, sumber informasi terkini dan media promosi hingga tempat untuk promote diri atau aktualisasi diri bagi mereka	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Peneliti yaitu penelitian ini menjelaskan bagaimana sebuah fenomena trend jejaring sosial instastory dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari para penggunanya, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai motif , perilaku dan makna dari kehadiran sebuah akun gosip yang tengah menjadi fenomena di instagram

Sumber : Hasil olahan peneliti 2018

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.1.2.1. *New Media*

New Media atau Media Baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk membahas mengenai kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah konsep digital. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah *web*, *blog*, *online social network*, *online forum* dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai mediana.

New media merupakan perubahan atau perkembangan teknologi yang terjadi secara cepat dan terus-menerus. Perkembangan ini semakin kompleks, dan terus memperbaiki teknologi yang masih kurang baik. Dari sini kita dapat melihat bahwa kata *new media* berarti dipengaruhi oleh tiga hal. Pertama, *new media* adalah perubahan yang *global* dan dipengaruhi faktor *historis*. Kedua, terdapat ideologi yang positif dalam perubahan media dan sangat kuat. Ketiga, dalam *new media* kita juga dituntut untuk dapat melihat hal yang lebih spesifik dan kontroversial dibanding hanya memerhatikan hal yang bersifat teknis saja. Intensitas perubahan *new media* juga diasosiasikan dengan hal-hal yang lebih luas dari sosial, ekonomi dan perubahan budaya.

New media menyebabkan adanya perubahan pada teknologi, tekstual, konvensional dan kultural. Kita tidak terlalu menyadari adanya perubahan yang terjadi sejak tahun 1980-an. Kita pun juga mempertimbangkan beberapa hal yang

menjadi wacana penting dalam *new media*, yaitu digital, interaktif, *hipertekstual*, virtual (nyata), terhubung, dan tersimulasi.

2.1.2.1.1. Manfaat *New Media*

Adapun manfaat dari kehadiran *New Media* yang berdampak pada beberapa bidang, diantaranya :

1. Bidang Sosial

Dalam bidang ini banyak menyita perhatian masyarakat misalnya saja berbagai macam jejaring sosial yang sekarang diminati masyarakat seperti facebook, twitter, instagram, youtube. Dengan menggunakan jejaring sosial ini dengan mudah dapat menjalin komunikasi dan penyebaran informasi dengan semua pengguna dibelahan dunia manapun.

2. Bidang Industri / Perdagangan

Dalam bidang ini memudahkan bagi siapa pun yang ingin menawarkan dan mempromosikan produk tertentu sehingga tidak perlu merasa kesulitan untuk membuka toko dan mempromosikan dagangan secara langsung didepan konsumen. Melalui *new media*, para pedagang dapat mempromosikan produk nya melalui dengan cara membuat online shop, bisa melalui finstagram, facebook, twitter atau kaskus.

3. Bidang Pendidikan

Dalam bidang ini sangat memudahkan bagi orang-orang yang menuntut ilmu dalam mendapatkan materi yang di inginkan. Semua informasi yang dibutuhkan tersedia dan bisa diakses melalui google dengan cara *search engine*, kita bisa mendapatkan segala informasi, atau dengan fasilitas *E-book*, fasilitas email juga bisa membantu dalam proses mengerjakan tugas atau saling tukar informasi.

2.1.2.1.2. Komponen – Komponen *New Media*

Pada *new media* ada beberapa komponen seperti pembuat, penyalur dan pemakai juga media yang digunakan. Agar dapat berhubungan dengan *new media*, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Produsen

Produsen merupakan orang yang menciptakan wadah atau sarana new media itu sendiri komponen ini berperan sebagai pencipta atau pembentuk new media.

2. Distributor

Distributor adalah sebuah perantara yang menghantarkan sarana media atau bisa disebut media yang berfungsi menghantarkan pemakai untuk memakai sarana itu sendiri.

3. Konsumen

Konsumen adalah orang yang berperan sebagai konsumen sebuah sarana media atau new media yang berfungsi untuk memakai new media.

2.1.2.1.3. Aplikasi *New Media*

Beberapa contoh aplikasi didalam internet yang mengembangkan *new media*, yaitu :

1. *Google, Altavista, Yahoo* dan *website* sejenisnya yang merupakan aplikasi pencarian sejumlah kata yang terdapat didalam *website* untuk mencari berita.
2. *CNN, BBC, Detik, Okezone* dan berbagai *website* sejenisnya yang dibuat untuk memberikan berita secara cepat sebagai pengganti koran atau majalah.
3. *Youtube, seleb.tv, metacafe* dan *website* sejenisnya yang menyediakan layanan membagikan video atau menampilkannya sebagai sarana hiburan dan berita secara audio visual.
4. *Instagram, Twitter, Facebook, Friendster* dan *website* sejenisnya yang menyediakan layanan mini blog dan social network sebagai sarana komunikasi langsung yang sengaja dibagikan kepada publik.
5. *BSE, e-dukasi.net, ilmukomputer.com* yang menyediakan layanan pendidikan secara online berupa pembahasan-pembahasan materi pendidikan dan ada yang menyediakan buku elektronik (*e-book*).

2.1.2.2. Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah saluran atau sarana pergaulan sosial secara *online* di dunia maya, yang memudahkan para penggunanya untuk dapat dengan bebas

saling berkomunikasi, berinteraksi, berkirim pesan, berbagi dan juga saling membangun jaringan.

Menurut Kaplan dan Haenlein dalam buku *Definition Classification of Social Media* didefinisikan :

Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. (Kaplan dan Haenlein,2010,h.142)

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah aplikasi untuk berkomunikasi, berinteraksi dan berbagi informasi yang berbasis internet dan diakses secara online, sehingga memudahkan para penggunanya untuk saling berbagi dan menyampaikan pesan ataupun informasi.

Pesatnya perkembangan media sosial ini disebabkan hampir semua orang membutuhkan suatu sarana untuk bisa dengan mudah dan murah berinteraksi dengan orang lain. Jika melihat media konvensional seperti televisi, radio, atau koran yang mana membutuhkan biaya yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka berbeda halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa dengan mudah mengakses media sosial melalui jaringan internet, tanpa biaya yang besar, tanpa peralatan yang mahal dan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

2.1.2.2.1. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki berbagai karakteristik yang hampir sama dengan media sosial lainnya. Berikut beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial :

1. Berbasis pengguna

Seperti yang kita tahu, media sosial bersifat *online*, media sosial dibangun dan diarahkan oleh *user*. Tanpa *user*, media sosial hanya akan menjadi ‘ruang’ kosong yang penuh dengan forum kosong, *chat room* kosong, dan aplikasi tanpa pengguna.

2. Interaktif

Karakteristik Media Sosial selanjutnya adalah dari sifatnya yang interaktif. Bukan saja sebagai hiburan, media sosial telah menjadi media bagi banyak orang untuk dapat saling berhubungan satu sama lain, dan bersenang-senang bersama tanpa dibatasi jarak dan waktu.

3. Konsep komunitas

Media sosial dibangun dan dikembangkan dari konsep komunitas. Seperti komunitas dimasyarakat yang umumnya di bentuk atas dasar persamaan, baik keyakinan atau hobi misalnya; media sosial juga dibangun atas dasar yang sama.

4. Menghubungkan Para Penggunanya

Karakteristik Media Sosial lainnya adalah jenisnya yang mampu menghubungkan orang yang satu dengan yang lain. Sosial media mengembangkan hubungan antar manusia.

5. Isi konten tidak terbatas

Konten yang dipublish tidak melalui *gatekeeper*. Tidak ada aturan tertentu yang harus dipenuhi mengenai isi konten yang boleh atau tidak boleh di publish. Tidak ada acuan yang menentukan suatu konten layak *dipublish* atau tidak. Media sosial tidak memiliki lembaga sensor yang menentukan kelayakan tayang suatu konten, seperti lembaga sensor dalam siaran televisi. Sehingga konten yang *dipublish* di media sosial benar – benar bebas, yang menentukan kelayakan suatu konten untuk *dipublish* adalah pembuat konten itu sendiri.

6. Faktor emosional atas konten

Karakteristik lain dari media sosial adalah faktor emosi yang berkembang dalam hubungan antar pengguna media sosial. Media sosial memberi rasa aman dan kemudahan untuk menjangkau teman kita, seperti apapun kondisinya . Dalam situasi yang tak terduga misalnya, bentuk dukungan yang diberikan oleh lingkaran teman dalam sosial media bisa tak terbayangkan.

7. Konten yang dibagikan tidak terbatas

Pesan, gambar, video, dan lain-lain yang kita publish dalam media sosial bisa menjangkau banyak orang. Tak terbatas seberapa luar sebarannya, seberapa banyak

orang yang membaca dan membagikan ulang konten tersebut. Bahkan ketika suatu konten menjadi viral misalnya, tidak akan terbayang sampai seluas apa efeknya.

8. Konten tersebar dengan cepat

Ketika suatu konten di *publish* secara *online* di media sosial, pada saat itu juga konten tersebut akan langsung bisa diakses oleh berbagai pengguna di seluruh dunia.

9. Biaya konten murah

Untuk menyebarkan konten melalui media sosial sangat murah, bahkan bisa dibilang gratis, karena yang diperlukan hanya koneksi internet. Berbeda jika kita ingin mengisi konten dalam Koran, majalah, televisi atau radio, kita harus membayar cukup mahal untuk bisa menayangkan konten yang kita inginkan

10. Pengguna yang menentukan waktu interaksi

Meskipun ketika *publish* suatu konten bisa langsung diakses oleh banyak orang di seluruh dunia, namun tetap saja belum tentu konten tersebut dibaca oleh semua orang. Kapan konten tersebut dibaca, kapan interaksi dilakukan pembaca itu ditentukan oleh pembaca konten.

2.1.2.2.2. Jenis – Jenis Media Sosial

Hingga saat ini media sosial terus berkembang, bahkan semakin pesat dengan berbagai fitur dan kemampuan yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Beberapa jenis media sosial tersebut antara lain :

1. *Relationship networks*

Beberapa media sosial yang masuk dalam kategori *Relationship Networks* adalah *Facebook*, *LinkedIn*, *Google Plus* dan sebagainya. *Relationship Networks* adalah salah satu fase awal sosial media yang diluncurkan ke publik.

Relationship network juga menawarkan cara yang menarik bagi *brand* atau bisnis untuk terhubung dengan pengguna secara pribadi. Jaman sekarang bagi sebuah *brand* sangatlah penting untuk memiliki *Facebook Page*, *Instagram* atau akun *Twitter*. Akun sosial media seperti ini bisa dimanfaatkan untuk terhubung dengan konsumen via *online* seperti menjawab keluhan dan pertanyaan.

2. *Media sharing networks*

Sosial Media ini ditentukan oleh jenis media yang dibagikan antara penggunanya. Pengguna memang diberikan fitur untuk mengunggah dan mengedit gambar sebelum menambahkan caption atau *mention/tag* pengguna lain. Begitu juga dengan *channel* sosial media seperti *YouTube* dan *Vimeo* serta aplikasi seperti *Vine* dan *Snapchat* yang menggunakan video sebagai *content* utamanya.

3. *Online reviews*

Sosial media untuk *Online Reviews* berbasis lokasi seperti *OpenRice*, *TripAdvisor* & *Zomato* memiliki daya tarik tersendiri sebagai sosial media yang mengadopsi teknologi *Geolocation*. Kini situs *Online Reviews* sudah sangat bervariasi jenisnya mulai dari hotel, restoran atau bahkan perusahaan. Kini *Online Reviews* memiliki andil yang cukup besar dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen, dibanding sebelumnya. Situs penyedia jasa besar seperti *Airbnb* dan *Uber*, sangat bergantung pada *review* dari konsumen.

4. Forum diskusi

Forum diskusi adalah salah satu jenis sosial media pertama yang ada pada masa awal internet. Perbedaan yang cukup besar antar forum dan sosial media masa kini adalah anonimitas para penggunanya.

5. *Social publishing platform*

Yang termasuk *Social Publishing Platforms* adalah *blog* dan *microblog*, dimana artikel yang ditulis dapat dibagikan untuk dibaca antara sesama pengguna. *Platforms* ini terbagi mulai dari yang sosial media yang bisa digunakan untuk interaksi *real-time* seperti *Twitter* yang masuk dalam kategori *microblogging*.

6. *Bookmarking sites*

Bookmarking Sites adalah *web services* seperti *StumbleUpon*, *Pinterest* dan *Flipboard*. Pengguna menggunakan *website-website* ini untuk mengumpulkan konten dari manapun di internet lalu menyimpannya didalam akun mereka.

2.1.2.2.3. Dampak Positif Media Sosial

Berikut merupakan manfaat dan juga keunggulan ketika kita menggunakan media sosial :

1. Untuk menghimpun keluarga, saudara, kerabat yang tersebar.

Dengan jejaring sosial ini sangat bermanfaat dan berperan untuk mempertemukan kembali keluarga atau kerabat yang jauh dan sudah lama tidak bertemu, kemudian lewat dunia maya hal itu bisa dilakukan.

2. Sebagai media penyebaran informasi.

Informasi yang *up to date* sangat mudah menyebar melalui situs jejaring sosial. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, kita telah bisa menikmati informasi tersebut.

3. Memperluas jaringan pertemanan.

Dengan menggunakan jejaring sosial, kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia.

4. Situs jejaring sosial membuat anak dan remaja menjadi lebih bersahabat, perhatian, dan empati.
5. Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial.

6. Internet sebagai media komunikasi.

Setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.

7. Media pertukaran data.

Dengan menggunakan jaringan situs-situs web para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.

8. Sebagai media promosi dalam bisnis.

Hal ini memungkinkan para pengusaha kecil dapat mempromosikan produk dan jasanya tanpa mengeluarkan banyak biaya.

2.1.2.2.4. Dampak Negatif Media Sosial

Dibalik banyaknya keunggulan dan dampak positif dari penggunaan media sosial, berikut terdapat pula dampak-dampak negatif dalam penggunaan media sosial :

1. Susah bersosialisasi dengan orang sekitar.

Ini disebabkan karena pengguna sosial media menjadi malas belajar berkomunikasi secara nyata. Situs sosial media akan membuat seseorang lebih Mementingkan diri sendiri.

2. Tertinggal dan terlupakannya bahasa formal.

Karena pengguna media sosial lebih sering menggunakan bahasa informal dalam kesehariannya, sehingga aturan bahasa formal mereka menjadi terlupakan.

3. Berkurangnya *privacy* pribadi.

Dalam sosial media kita bebas menuliskan dan membagikan apa saja, Sering kali tanpa sadar kita mem*publish* hal yang seharusnya tidak perlu disampaikan ke lingkup sosial.

4. Kejahatan dunia maya.

Kejahatan dikenal dengan nama *cyber crime*. Kejahatan dunia maya sangatlah beragam. Diantaranya : *carding, hacking, cracking, phising, dan spamming*.

5. Pornografi.

Dengan kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet, pornografi pun merajalela, hal ini sangat berbahaya karena bisa disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

2.1.2.3. Instagram

Menilik dari nama Instagram, kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti layaknya sebuah kamera polaroid yang pada eranya dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid pada tampilannya. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat. Seperti halnya Instagram yang memiliki kemampuan untuk mengunggah foto dengan Internet, sehingga informasi yang ingin kita sampaikan dapat diterima dengan cepat. sehingga terbentuklah istilah Instagram dari “Instan-telegram”.

Seperti yang kita ketahui bahwa aplikasi Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya dapat mengambil momen

yang diinginkan, menerapkan efek, serta membagikannya ke orang lain. Bahkan foto yang telah ditentukan dapat pula dibagikan ke media sosial lain dengan cara di sambungkan ke media sosial lain.

2.1.2.3.1. Karakteristik Instagram

Instagram mempunyai beberapa karakteristik yang unik dan menarik dibandingkan dengan media sosial lainnya. Berikut beberapa karakteristik dari instagram :

1. Karakteristik yang dimiliki Instagram salah satunya yaitu foto yang ingin diunggah haruslah berbentuk persegi dengan aspek rasio 1:1. Rasio tersebut sangatlah mirip dengan hasil kamera polaroid.
2. Instagram menyediakan fitur *caption* yang mana bisa diisi dengan ribuan kata didalamnya.
3. Instagram mempunyai fitur *like* yang digambarkan dalam simbol *love*
4. Instagram mempunyai fitur baru yaitu *snapgram*, dimana para penggunanya bisa menunggah foto maupun video yang bisa dilihat oleh orang lain dalam waktu 24 jam saja
5. Instagram memanfaatkan *hashtag* untuk memudahkan para penggunanya mencari foto dan video yang sesuai dengan *hashtag* yang ditulis penggunanya
6. Instagram mampu mengunggah lima foto dan lima video sekaligus hanya dalam satu *posting* saja.

2.1.2.3.2. Dampak Positif Instagram

Sebagai media sosial yang sedang digandrungi oleh para penggunanya, Instagram memiliki kelebihan-kelebihan lain, beberapa diantaranya adalah :

1. Peluang Bisnis

Instagram menjadi sosial media yang menyediakan banyak sekali peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya. Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran, melalui *share* foto-foto produk penjual, dimana ketika kita *like* suatu foto *postingan* , maka foto yang kita *like* tersebut nantinya akan muncul di *explore* instagram orang lain, dan berpeluang menarik minat bagi orang-orang yang melihatnya.

2. Ajang untuk menampilkan kreasi yang dimiliki oleh setiap penggunanya

Misalnya ketika kita bisa mengunggah foto atau video mengenai hasil keterampilan yang kita buat, bisa memicu banyaknya *like* dari pengguna lainnya.

3. Menjalin persahabatan yang lebih erat

Ini bisa ditunjukkan dengan memberikan “suka” atau komentar pada foto atau video yang diunggah seseorang. Ini menunjukkan bahwa kita memberikan perhatian atau simpati pada orang lain.

4. Memudahkan penyebaran informasi

Pada saat kita akan menyelenggarakan suatu *event* tertentu kita bisa memanfaatkan Instagram untuk berbagi informasi dengan mengunggah informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang akan diadakan di suatu tempat agar orang luar bisa mengetahui dan ikut memeriahkan kegiatan yang diselenggarakan.

5. Sebagai media *sharing lifestyle*, dan *branding* produk secara *visual*

Banyak para penggunanya yang memanfaatkan instagram sebagai media untuk membagikan informasi dari pengalamannya, lewat foto dan video dan disertai *caption* yang menarik, mereka *sharing lifestyle* nya kepada para pengguna lain

6. Memenuhi kebutuhan afektif

Menggunakan Instagram menjadikan seorang penggunanya mendapatkan banyak pengalaman, baik menyenangkan maupun tidak menyenangkan.

7. Integrasi personal

Instagram tidak hanya menjadi tempat untuk media berbagi, namun juga bisa untuk menaikkan kredibilitas, kepercayaan diri, dan status seseorang. Sehingga dapat dinyatakan bahwa dengan Instagram, seseorang tidak hanya sekadar mengunggah foto bagus, melainkan juga memperlihatkan status sosial mereka, misalnya memberi tahu pengikutnya bahwa mereka sedang atau pernah berada di suatu tempat atau acara yang *prestige*.

2.1.2.3.3. Dampak Negatif Instagram

Dibalik banyaknya manfaat yang didapat ketika menggunakan instagram , terdapat pula dampak atau resiko negatif yang ditimbulkan ketika menggunakan instagram . beberapa diantaranya adalah :

1. Kecanduan Mengecek *Feed*

Waktu bagi para pengguna Instagram akan terkuras hanya untuk mmengecek *feednya*. Untuk sekadar mengecek *postingan* baru. Melihat notifikasi apakah ada

yang menyukai *postingan* kita, mengecek apakah *follower* kita bertambah atau malah berkurang. Secara tidak sadar banyak waktu yang terbuang percuma. Kecuali bagi yang menjadikan Instagram sebagai *personal branding* media ataupun akun bisnis.

2. Menyembunyikan sisi negatif seseorang

Seorang akan cenderung mengupload foto-foto yang menampilkan bahwa dirinya adalah seorang yang baik. Sehingga kadang cenderung menghalalkan segala cara untuk pencitraan agar terlihat baik. Saat sebelum mengupload foto, menghabiskan banyak waktu dan pertimbangan hanya untuk perlu milih-milih dulu mana yang akan diupload. Apalagi untuk membuat sebuah *caption*.

3. *Stress* karena mencari *followers*

Sebagian besar netizen di Indonesia menganggap bahwa akun yang baik adalah akun yang mempunyai *followers* lebih banyak dibandingkan *following*. Sehingga sebagian besar Instagram *user* berusaha sekeras mungkin agar *followernya* bertambah.

4. Memicu banyak *stalker*

Jika kita hanya men-*stalking* sekedar untuk mencari tahu sesuatu, itu tidak menjadi masalah. Yang berbahaya adalah ketika jika pelaku *stalker* merencanakan kejahatan kepada pengguna Instagram incarannya.

5. Berkurangnya interaksi tatap muka

Para pengguna Instagram akan lebih asyik dengan Instagram dari pada berinteraksi dengan orang lain. Mereka akan lebih suka mengabadikan *moment* atau kejadian, sehingga remaja akan lebih sering berfoto bersama temannya dari pada berdiskusi membicarakan persoalan kampus atau tugas-tugas kuliah.

2.1.2.4. Akun Gosip

Istilah akun gosip berasal dari dua kata yaitu ‘Akun’ dan juga ‘Gosip’. Akun adalah sebuah pengaturan yang disediakan untuk seseorang oleh perusahaan penyedia jasa internet sehingga mendapatkan fasilitas internet. Akun merupakan tempat atau sarana yang digunakan untuk mencatat peristiwa dari sang pengguna internet.

Sedangkan gosip merupakan sebuah obrolan tentang orang lain , cerita negatif tentang seseorang, pergunjungan, isu , desas-desus , kabar miring ataupun sebuah berita atau cerita yang masih diragukan kebenarannya. Biasanya makna dari gosip disini adalah konotasinya bersifat negatif. Gosip adalah sebuah cerita atau berita burung yang dibuat dan disebarkan oleh seseorang kepada orang lain dengan cara *mouth to mouth* atau dengan menggunakan sarana lainnya dengan tujuan menciptakan persepsi buruk terhadap seseorang yang digosipkan.

Jadi akun gosip merupakan sebuah tempat atau sarana yang dibuat oleh para penggunanya untuk menyebarkan isu, desas-desus, kabar miring maupun informasi lainnya dari seseorang yang digosipkan dengan cara menggunakan jaringan akses

internet dan sebuah media sosial untuk menciptakan persepsi buruk terhadap seseorang yang digosipkan.

2.1.2.4.1. Karakteristik Akun Gosip

Penyajian dari akun gosip berbeda dengan penyajian akun-akun lainnya. Dimana ada sebuah karakter atau ciri khas dari sebuah akun gosip yang menyebabkan orang-orang sangat tertarik untuk membaca dan mengikutinya.

Berikut diantaranya :

1. Mempunyai *username* yang unik dan menarik
2. Mempunyai foto profil yang unik dan menarik
3. Setiap postingannya selalu menimbulkan profokasi
4. Dilengkapi dengan gaya penulisan *caption* yang unik dan menarik
5. Isi postingannya membahas tentang kehidupan para artis, tokoh, public figure dan juga masalah-masalah kehidupan masyarakat biasa yang mana ketika perilaku orang tersebut menyimpang, maka akun gosip dengan sigap mengunggahnya di akun tersebut.
6. Berita atau gosip didapat dari informan-informannya yaitu para netizen atau para pengikutnya dengan cara berinteraksi lewat DM (*Dirrect Message*) di Instagram. Atau admin dari masing-masing akun gosip tersebut meng-capture postingan instagram dari artis yang bersangkutan, sekiranya postingan tersebut bersifat rancu , *nyeleneh* atau menyimpang

maka itu menjadi makanan empuk bagi pemilik akun-akun gosip untuk dijadikan bahan berita.

2.1.2.4.2. Jenis-Jenis Akun Gosip

Kepopuleran akun gosip Lambe Turah menjadi faktor utama dibalik kemunculan akun-akun gosip serupa lainnya. Keberanian dari akun Lambe Turah mampu membuat akun gosip serupa membangun kekuatannya dalam menciptakan akun serupa. Bahkan banyak dari mereka yang juga turut menggunakan nama 'Lambe' sebagai nama akun gosip yang mereka buat. Berikut merupakan beberapa jenis-jenis akun gosip yang juga cukup populer dikalangan pengguna instagram :

1. Lambe Nyinyir

Lambe Nyinyir juga merupakan akun gosip yang mempunyai pengikut terbanyak kedua setelah Lambe Turah. Lambe Nyinyir mempunyai pengikut sebanyak 1,6M. Isi postingannya tentu saja serupa dengan akun-akun gosip lainnya yang membahas mengenai kehidupan para artis, dan juga public figure lainnya.

2. Lamiscorner

Lamis Corner merupakan akun gosip yang mempunyai pengikut sebanyak 605k. Lamis corner tidak hanya membahas gosip dan berita artis indonesia saja tetapi juga dari mancanegara.

3. Maklambeturah

Meski namanya terbilang sama dengan Lambe Turah, namun isi dari postingannya jelas sangat berbeda. Jika Lambe Turah dalam posisi netralnya

membahas kehidupan para artis ataupun tokoh-tokoh publik, namun maklambeturah berisi postingan-postingan tentang berita politik hingga lebih cenderung melakukan black campaign, profokatif, dan cenderung berpihak pada satu pihak tertentu. Maklambeturah mempunyai pengikut sebanyak 142k.

4. Makrumpita

Makrumpita merupakan akun gosip yang mempunyai pengikut terbanyak ketiga setelah lambe nyinyir. Makrumpita mempunyai pengikut sebanyak 635k. Dengan isi biodata didalam akunnya yang tertulis :” *Membahas Ertong Terr’Unchh Unchh ulalaa beibehh sejagat duniah perHosyipan eimmm..*”. Yang artinya membahas artis paling ‘sesuatu’ sejagat dunia pergosipan.

5. Noona_bigos

Noona Bigos merupakan akun gosip yang membahas gosip atau berita dari negara Korea Selatan. Semua gosip atau berita dari artis, aktor , girlband dan juga boyband dari korea selatan dikupas tuntas di akun tersebut. Akun ini menjadi ajang perkumpulan bagi para Kpop untuk mendapatkan berita dari artis yang diidolaknya. Akun gosip ini mempunyai pengikut sebanyak 241k.

6. Nyonya_gosip

Nyonya Gosip merupakan akun gosip serupa lainnya yang mempunyai pengikut sebanyak 116k. Isinya sama seperti akun gosip lainnya yang membahas kehidupan dan gosip dari para artis.

7. Jenk_rumpi

Jenk Rumpi merupakan akun gosip yang mempunyai pengikut sebanyak 86,7k. Dengan biodata di akunnya yang tertulis “Membahas segala bentuk tetek bengek dunia ertong (artis) secara lebih rempong (ribet)”.

2.1.2.5. Lambe Turah

Lambe Turah merupakan akun gosip paling pertama yang ada di jagat dunia sosial media instagram. Lambe dalam bahasa jawa artinya "bibir", sedangkan *Turah* artinya "berlebihan". Lambe Turah memiliki arti terlalu banyak membicarakan seseorang sehingga informasinya menjadi “tumpah-tumpah” karena terlalu berlebihan. Lambe Turah ini adalah julukan bagi seseorang yang selalu menggosipkan orang lain , menggunjingkan orang lain , biang berita , biang gosip atau seseorang yang suka menambah-nambahkan kabar berita seperti media, yang mana konotasinya adalah negatif. Jadi dapat disimpulkan Lambe turah ini mengkonotasikan bibir seseorang yang cenderung banyak bicara, mengumbar aib, dan membicarakan hal-hal yang tidak penting.

2.1.2.5.1. Karakteristik Lambe Turah

Berikut merupakan karakteristik dari akun gosip Lambe Turah yang membedakannya dengan akun gosip serupa lainnya. Beberapa diantaranya adalah :

1. Bukan merupakan akun *haters/fanbase* , tetapi lebih kepada membahas berita dan gosip para artis secara netral.
2. Mempunyai slogan “Gosip Adalah Fakta Yang Tertunda”.

3. Merupakan akun gosip paling pertama yang mempunyai tempatnya di dunia pertelevisian dengan tampil sebagai seorang *whistle bowlers* di acara Pagi Pagi Pasti *Happy* di TransTV.
4. Merupakan satu-satunya akun gosip yang mempunyai massa terbanyak dan mempunyai kedekatan dengan banyak artis dimulai sejak berdirinya akun tersebut.
5. Merupakan satu-satunya akun gosip yang dipercaya oleh para artis untuk mempromosikan film, dan lagu dari artis tersebut.
6. Lambe Turah tidak pernah sembarangan atau lancang dalam mengunggah berita, tetapi sangat teliti dan selalu mencari informasi sedalam mungkin dalam memposting beritanya.

2.1.3. Kerangka Teoritis

2.1.3.1. Fenomenologi

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi Alfred Schutz. Istilah Fenomenologi pertama kali diperkenalkan oleh Johann Heirinch . Meskipun demikian yang menjadi pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl. Kuswarno mengatakan bahwa fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai*, yang artinya ‘menampak’ dan *phainomenon* merujuk pada ‘yang menampak’. Jika dikaji lagi Fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak. Dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi Fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Menurut Kuswarno (2009) dalam bukunya Fenomenologi menyebutkan bahwa:

Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. (Kuswarno, 2009, h.2).

Menurut John dalam bukunya yang berjudul *Theory of Human Communication* menjelaskan bahwa :

Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya. (John, 2009, h. 57)

Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yaitu sebagai tindakan untuk mengungkap makna dari segala sesuatu yang diteliti. Menurut Kuswarno dalam bukunya yang berjudul Fenomenologi mengatakan bahwa :

Fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia, dan makna yang ditempelkan padanya (Kuswarno, 2009, h.35).

Penjelasan tersebut memberikan gambaran bahwa fenomenologi bertujuan untuk mengetahui, memahami, memaknai apa yang dirasakan oleh orang lain

menurut kesadarannya. Sehingga apa yang dirasakan oleh orang lain bisa kita rasakan juga seolah-olah kita yang mengalaminya.

2.1.3.2. Fenomenologi Edmund Husserl

Menurut Husserl, fenomenologi adalah pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal atau suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang. Husserl menggaris bawahi sebuah sistem yang kompleks dari filsafat. Sistem tersebut bergerak dari logika ke filsafat bahasa baru kemudian ke ranah ontologi Pembahasannya tidak berhenti sampai di sini, dari ontologi bergerak ke “kesengajaan” dan berakhir di fenomenologi pengetahuan.

Selain mengemukakan definisi fenomenologi, Husserl banyak membahas mengenai ciri-ciri kesadaran dari orang pertama. Sampai saat ini, kita dapat mengartikan fenomenologi sebagai studi tentang kesadaran dari beragam pengalaman yang ada di dalamnya. Menurut Husserl, dengan fenomenologi kita dapat mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung, seolah-olah kita mengalaminya sendiri.

Fenomenologi tidak saja mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun juga meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya. Semuanya itu bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya. Dalam *Ideas I*, Husserl merepresentasikan fenomenologi sebagai belokan transedental.

Fenomenologi Husserl pada prinsipnya bercorak idealistik, karena menyerukan untuk kembali kepada sumber asli pada diri subjek dan kesadaran. Ilmu komunikasi (komunikologi) akan mendapatkan landasan yang kokoh jika asumsi-asumsi ontologi dan epistemologinya didasarkan pada pengetahuan tentang esensi kesadaran. Konsepsi Husserl tentang “aku transedental” dipahami sebagai subjek absolut, yang seluruh aktivitasnya adalah menciptakan dunia. Namun Husserl tidak menjelaskan bahwa dalam kehidupan yang sesungguhnya, subjek atau kesadaran itu selain mengkonstitusikan dunia, juga dikonstruksikan oleh dunia. Adapun pokok-pokok pikiran Husserl mengenai fenomenologi, adalah sebagai berikut ini:

1. Fenomena adalah realitas sendiri yang tampak.
2. Tidak ada batas antara subjek dengan realitas.
3. Kesadaran bersifat intensional.
4. Terdapat interaksi antara tindakan kesadaran (noesis) dengan objek yang disadari (noema).

Fenomenologi Husserl ini mempengaruhi filsafat kontemporer secara mendalam, terutama sekitar tahun 1950-an. Tokoh-tokoh seperti yang telah disebutkan sebelumnya (Heidegger, Sartre, Scheler, Marleu-Ponty, dan Paul Ricoeur), menggunakan fenomenologi untuk memahami realitas. Namun tidak sedikit juga yang memperdebatkan pemikiran-pemikiran dari Husserl ini.

2.2. Kerangka Pemikiran

Sebagai landasan untuk memecahkan suatu masalah yang telah dikemukakan, peneliti memerlukan kerangka pemikiran untuk memberikan tahapan penelitian dari awal sampai akhir. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, peneliti memilih teori Fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz sebagai acuan terhadap pemecahan masalah mengenai Studi Fenomenologi Akun Gosip Lambe Turah Di Instagram Pada Masyarakat Kota Bandung.

Akun gosip Lambe Turah ini merupakan akun instagram pertama yang berhasil viral dan mampu merubah opini masyarakat terhadap seorang artis, tokoh atau public figure tertentu. Hanya dengan satu kali unggahan dengan disertai caption yang menarik, lambe turah diyakini menjadi alat paling ampuh untuk meraih simpati dan antipati dari masyarakat, bahkan ketenaran seorang artis bisa dengan mudah dijatuhkan hanya dengan satu kali postingan dan kabar miring yang diunggah lambe turah. Dan juga orang yang biasa-biasa saja bisa menjadi seorang public figure hanya dengan kekuatan unggahan dari akun lambe turah.

Salah satu ilmuwan sosial yang berjasa dalam perkembangan fenomenologis adalah Schutz, menurut Schutz dalam Fenomenologi karya Kuswarno mengatakan bahwa:

Menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran” (Schutz, 2013, h.17).

Ketika seseorang melakukan tindakan sosial, menurut Schutz dalam fenomenologi ada fase Motif disana dimana dalam fase motif terbagi dua yaitu Motif untuk dan Motif sebab. Sesuai dengan akun gosip lambe turah di instagram, disana ditemukan bahwa ada motif dimana para pengikutnya memiliki alasan dan motif yang kuat ketika mereka memutuskan untuk menjadi followers dari akun gosip lambe turah.

Peneliti mencoba untuk mengetahui bagaimana motif, tindakan dan makna didalam proses komunikasi yang berjalan setelah para mahasiswa menjadi *followers* dari akun gosip lambe turah dimana hal tersebut merupakan sebuah persepsi mengenai dunia yang mereka internalisasikan.

Sesuai dengan yang diutarakan oleh Schutz bahwa fenomenologi adalah realitas, lalu peneliti menyadari bahwa Fenomena akun gosip Lambe Turah di instagram merupakan suatu hal yang dialami dan disadari serta merupakan sebuah realitas yang dialami oleh masyarakat, dimana didalamnya terdapat banyak permasalahan yang seolah-olah ditimbulkan akibat kehadiran akun gosip tersebut.

Sebagai sebuah bentuk *platform* yang hanya dapat dimungkinkan oleh adanya media baru, Lambe Turah merupakan contoh sempurna dari kritik terhadap determinisme teknologi. Ketika umat manusia dicampak-campakkan dan dianggap sebagai budak teknologi oleh para teoritikus, Lambe Turah menjadi entitas lokal yang menunjukkan bahwa kita masih memegang kendali. Teknologi tidak pernah memaksakan dirinya untuk masuk ke kehidupan masyarakat, tetapi manusia lah yang membuatnya dan kemudian memilih untuk menggunakannya, baik itu atas

nama kepentingan publik atau sekadar bergosip. Tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi media baru lah yang memungkinkan komunikasi antara Lambe Turah dan pengikutnya terjadi sehingga membuat akun anonim seperti Lambe Turah ini bisa menjadi sangat populer. Meski berjudul 'media sosial', Instagram memberikan kenyamanan batas-batas dunia maya yang memudahkan Lambe Turah dan pengikutnya untuk melontarkan pernyataan-pernyataan provokatif, dan terkadang juga informatif dan revolusioner, tanpa harus berhadapan langsung dengan yang dituju.

Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian data komunikasi. Schutz sering dijadikan center dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama , karena melalui Schutz-lah pemikiran ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan lebih gamblang dan mudah dipahami. Kedua , Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosialnya telah mengawinkan fenomenologi transendentalnya Husserl dengan konsep verstehen yang merupakan buah pemikiran weber. Jika Husserl hanya memandang filsafat fenomenologi (transendental) sebagai metode analisis yang digunakan untuk mengkaji 'sesuatu yang muncul', mengkaji fenomena yang terjadi disekitar kita. Tetapi Schutz melihat secara jelas implikasi sosiologinya didalam analisis ilmu pengetahuan, berbagai gagasan dan kesadaran. Schutz tidak hanya menjelaskan dunia sosial semata, melainkan menjelaskan berbagai model teoritis dari realitas yang ada

Menurut Schutz ada enam karakteristik yang sangat mendasar dari *the life world*, yaitu pertama, *wide awakesness* (ada unsur kesadaran yang berarti sadar sepenuhnya). Kedua, *reality* (orang yakin akan eksistensi dunia). Ketiga, dalam dunia keseharian orang-orang berinteraksi. Keempat, pengalaman dari seseorang merupakan totalitas dari pengalaman dia sendiri. Kelima, dunia intersubyektif dicirikan terjadinya komunikasi dan tindakan sosial. Keenam, adanya perspektif waktu dalam masyarakat.

Schutz mengakui fenomenologi sosialnya mengkaji tentang intersubyektivitas dan pada dasarnya studi mengenai intersubyektivitas adalah upaya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti :

1. Bagaimana kita mengetahui motif, keinginan, dan makna tindakan orang lain ?
2. Bagaimana kita mengetahui makna atas keberadaan orang lain ?
3. Bagaimana kita dapat mengerti dan memahami atas segala sesuatu secara mendalam ?
4. Bagaimana hubungan timbal balik itu dapat terjadi ?

Realitas intersubyektif yang bersifat sosial memiliki tiga pengertian, yaitu :

- a. Adanya hubungan timbal balik atas dasar asumsi bahwa ada orang lain dan benda-benda yang diketahui semua orang.
- b. Ilmu pengetahuan yang intersubyektif itu sebenarnya merupakan bagian ilmu pengetahuan sosial

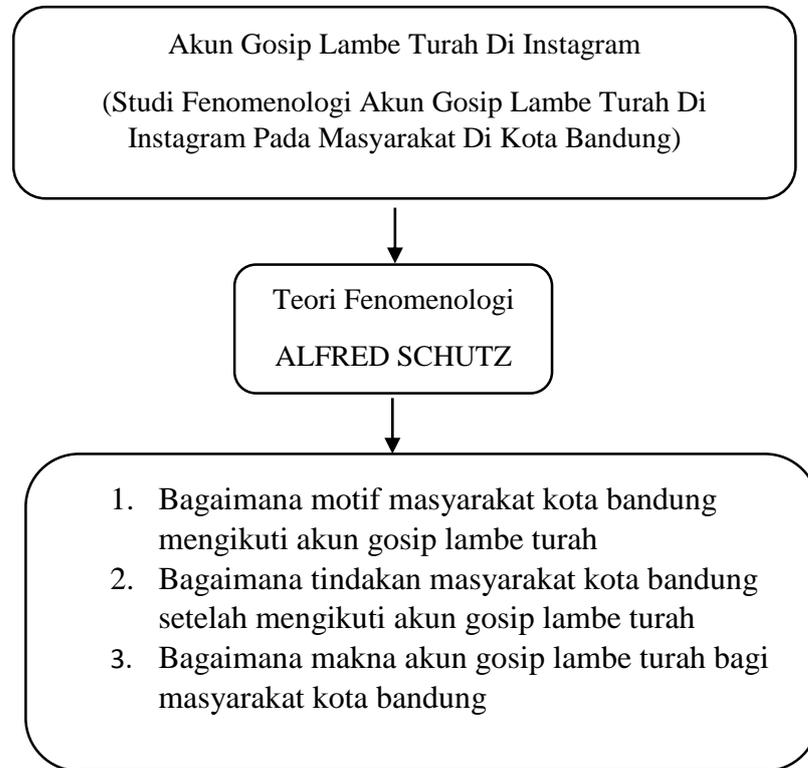
- c. Ilmu pengetahuan yang bersifat intersubjektif memiliki sifat distribusi secara sosial.

Schutz mengidentifikasikan empat realitas sosial, dimana masing-masing merupakan abstraksi dari dunia sosial dan dapat dikenali melalui tingkat imediasi dan tingkat determinabilitas. Keempat elemen itu diantaranya *umwelt*, *mitwelt*, *folgewelt*, dan *vorwelt*.

- a. *Umwelt*, merujuk pada pengalaman yang dapat dirasakan langsung dalam dunia kehidupan sehari-hari.
- b. *Mitwelt*, merujuk pada pengalaman yang tidak dirasakan dalam dunia keseharian.
- c. *Folgewelt*, merupakan dunia tempat tinggal para penerus atau generasi yang akan datang
- d. *Vorwelt*, dunia tempat tinggal para leluhur, para pendahulu kita.

Fenomenologi Schutz sebenarnya lebih merupakan tawaran akan cara pandang baru terhadap fokus kajian penelitian dan penggalian terhadap makna yang terbangun dari realitas kehidupan sehari-hari yang terdapat didalam penelitian secara khusus dan dalam kerangka luas pengembangan ilmu sosial. Dengan demikian, fenomenologi secara kritis dapat diinterpretasikan secara luas sebagai sebuah implikatif kepada metode penelitian sosial. Pengaruh tersebut diantaranya menempatkan responden sebagai subyek yang menjadi aktor sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 2.2
Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasil Olahan Peneliti yang dimodifikasi oleh Pembimbing 2018