

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Komunikasi

2.1.2. Definisi Komunikasi

Menurut Effendi (2007: 28) menjelaskan hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antarmanusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya. Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (message), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (communicator) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (communicate).

Menurut Mulyana (2007:46) komunikasi secara etimologi berasal dari kata Latin communis yang berarti sama, communico, communication, atau communicare yang berarti membuat sama. Komunikasi menyarankan suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi merupakan proses menciptakan suatu kesamaan (commonness) atau suatu kesatuan pemikiran antara pengirim dengan penerima.

Dari pendapat para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan, pikiran, atau perasaan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyampaian agar menimbulkan kesamaan pemahaman.

2.1.2. Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Dalam sebuah proses komunikasi terdapat tujuan serta fungsi dalam pelaksanaannya. Tujuan dan fungsi komunikasi menurut Effendi (2007: 55) ialah :

a. Tujuan Komunikasi

1. Untuk mengubah sikap (*to change attitude*)
2. Untuk mengubah opini/ pendapat/ pandangan (*to change the opinion*)
3. Untuk mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Untuk mengubah masyarakat (*to change the society*)

b. Fungsi Komunikasi

1. Menyiarkan informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)

2.1.3. Unsur-unsur Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang yang memberikan pesan kepada orang yang menerima pesan dengan tujuan tertentu. Suatu proses komunikasi tidak dapat terlepas dari unsur-unsur terjadinya komunikasi. Berikut merupakan unsur-unsur dalam proses komunikasi, diantaranya ialah :

a. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

b. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

c. Media

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi. Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antar pribadi.

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan media elektronik.

Berkat perkembangan teknologi komunikasi khususnya di bidang komunikasi massa elektronik yang begitu cepat, media massa elektronik makin banyak bentuknya, dan makin mengaburkan batas-batas untuk membedakan antara media komunikasi massa dan media komunikasi antarpribadi. Hal ini disebabkan karena makin canggihnya media komunikasi itu sendiri yang dapat dikombinasikan antara satu sama lainnya.

d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*.

Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak adanya penerima jika tidak ada sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari

komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan, atau saluran.

e. Pengaruh atau efek

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan

2.2. New Media

Kemajuan dalam bidang teknologi melahirkan sebuah teknologi komunikasi baru yang disebut sebagai New Media. Menurut Sonia Livingston istilah “new” dalam new media lebih dipahami sebagai apa yang baru bagi masyarakat, yakni dalam konteks sosial dan kultur, bukan dengan semata-mata memahaminya hanya dengan sebuah piranti atau artefak yang lebih berkaitan dengan konteks teknologi itu sendiri (Flew, 2005: 2)

Sedangkan menurut pandangan Mc. Quail (2011:148) new media atau yang dikenal dengan media baru merupakan berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cakupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Dari kedua definisi dapat disimpulkan bahwa new media adalah salah satu jenis media yang lahir setelah media konvensional atau media lama yang menjadi sesuatu yang baru bagi masyarakat dalam konteks sosial dan teknologi yang digunakan sebagai alat komunikasi sehingga terjadinya digitalisasi.

2.3. Media Sosial *Instagram*

Media sosial (Purbohastuti, 2017: 3) ialah situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik atau semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

Definisi lain diungkapkan oleh Karjaluoto (2008: 2) bahwa istilah media sosial menggambarkan sebuah media yang dapat menjadikan para penggunanya dapat berpartisipasi dengan mudah dan memberikan kontribusi di dalam media tersebut. Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna.

Dari kedua definisi tersebut disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah media jaringan sosial yang memungkinkan para penggunanya dapat berkontribusi untuk membangun profil publik atau semi publik dengan karakteristik umum adanya keterbukaan antara para pengguna media sosial. Saat ini sudah banyak kemunculan macam-macam media sosial yang digunakan, salah satunya ialah *instagram*.

Instagram adalah salah satu jenis media sosial yang penggunaannya dilakukan dengan cara memposting atau mengupload foto serta video dan dapat menambahkan deskripsi berupa kata-kata yang menarik untuk menjelaskan foto atau video yang telah diposting atau dikenal dengan istilah *caption*.

Menurut Bambang *Instagram* adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial, yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada fitur pengambilan foto atau video dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap para penggunanya. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya agar dapat meningkatkan kreatifitas karena *Instagram* memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih indah. (Atmoko, 2012: 10)

2.3.1. Sejarah *Instagram*

Instagram pertama kali diciptakan oleh dua orang sarjana dari Stanford University di Amerika Serikat, dua orang tersebut bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger tepatnya pada bulan Oktober 2010 silam. Aplikasi ini langsung mendapatkan popularitas tinggi dalam kurun waktu yang cepat, yaitu lebih dari 100 juta pengguna terdaftar per 1 Januari 2013. Artinya dalam kurun waktu 3 tahun saja, jumlah pengguna *instagram* sudah mencapai ratusan juta. Pada awalnya *instagram* merupakan aplikasi pada *smartphone* yang hanya dapat digunakan untuk jenis *handphone* milik perusahaan Apple. Namun sejak bulan April 2012, aplikasi *instagram* mulai dapat digunakan untuk *smartphone* Android. (Handriatmaja, 2013: 41)

2.3.2. Fitur-fitur Unggahan *Instagram*

Aplikasi media sosial *Instagram* memfokuskan pada unggahan foto dan video, untuk itu pihak *Instagram* terus memperbaharui sistemnya dengan meluncurkan fitur-fitur terbaru untuk unggahan foto dan video. Fitur-fitur untuk mengunggah foto dan video pada *Instagram* ialah:

1. Unggahan *feed*

Foto atau video yang diunggah pada *feed* oleh pemilik akun *Instagram* akan muncul pada kabar beranda orang-orang yang memfollow akun tersebut. Foto atau video tersebut selanjutnya akan ditampilkan pada profil pemilik akun *Instagram*.

2. *Story*

Story Instagram adalah fitur yang dapat membagikan kegiatan pemilik akun secara real time dalam bentuk foto atau video bahkan pemilik akun dapat membagikan musik yang sedang didengarkan. Dan pemilik akun juga dapat mengetahui siapa saja yang telah melihat *story* kita.

3. *Reels*

Reels adalah fitur *Instagram* yang dapat digunakan dengan cara mengunggah ataupun membuat video dengan batasan durasi 60 detik. Pemilik akun dapat membuat video dengan dapat menambahkan audio, filter, dan tools lain yang disediakan.

4. IGTV

Instagram TV atau yang lebih dikenal dengan *IGTV* adalah fitur pada aplikasi *Instagram* yang dapat menampilkan video dengan durasi 60 menit lebih dari durasi video feed *Instagram* biasanya yang hanya dapat menampilkan video dengan durasi 60 detik.

5. Siaran Langsung

Siaran langsung merupakan fitur *Instagram* untuk pemilik akun dapat melakukan interaksi secara langsung dengan para *followersnya*, dan pengguna lain yang menonton siaran langsung pada suatu akun dapat memberikan respon berupa komentar yang akan ditanggapi secara langsung.

2.3.3. Fitur-fitur Tampilan *Instagram*

Selain fitur unggahan yang ada di *instagram* sebagai inti utama penggunaannya, *instagram* juga memiliki fitur-fitur tampilan yang menarik. Fitur-fitur tampilan *instagram* ialah sebagai berikut:

1. *Explore*

Explore merupakan salah satu fitur yang terdapat pada *Instagram* yang menampilkan konten video dan foto yang direkomendasikan oleh pihak *Instagram* sesuai dengan konten yang relevan dengan pemilik akun sehingga dapat menampilkan konten foto maupun video yang disukai oleh pemilik akun.

2. *Instagram Direct Message*

Instagram Direct Message merupakan sebuah fitur tampilan yang memungkinkan antar pengguna berinteraksi melalui pesan pribadi. Pesan yang disampaikan dapat berupa kalimat, gambar, pesan suara, bahkan bisa untuk mengirimkan video.

3. *Followes* (Pengikut)

Sistem sosial di dalam penggunaan isntagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya. *Followers* dapat mengikuti aktivitas mengenai akun yang difollow atau diikuti dalam *instagram*, seluruh hal yang diunggah baik feed, reels, dan story akan muncul pada laman beranda.

4. Kolom komentar

Kolom komentar berguna untuk memberikan komentar di kontan yang diposting baik berupa foto maupun video.

5. *Like*

Like memiliki arti menyukai, fitur ini difungsikan untuk memberikan tanggapan atau apresiasi ke postingan pada akun lain.

6. *Caption*

Caption adalah istilah untuk penulisan deskripsi singkat yang menjelaskan postingan yang diupload pada suatu akun *instagram*

7. *Location*

Location merupakan istilah untuk memberikan informasi tambahan mengenai tempat lokasi pada postingan.

8. *Saved*

Fitur saved berfungsi untuk menyimpan konten atau postingan milik orang lain yang dapat dilihat kembali pada menu saved yang terletak di laman profil.

2.4. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah isi pesan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang yang memberi pesan terhadap penerima dakwah, yang pada dasarnya isi pesan tersebut berupa materi ajaran agama Islam. Dakwah sudah menjadi hal yang harus dilakukan bagi setiap muslim, baik kepada perseorangan maupun kepada orang banyak. Hal sederhana yang dapat dilakukan dari dakwah ialah mengingatkan sesama muslim untuk beribadah.

Pesan dakwah tidak lain adalah Al-Islam yang bersumber kepada Al-Quran dan Al-Hadist sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syariat dan ahlak dengan berbagai macam ilmu yang diperolehnya. Jadi pesan dakwah atau materi dakwah adalah isi dakwah yang disampaikan *da'i* (seseorang yang melakukan dakwah) kepada *mad'u* (jamaah yang menerima pesan dakwah) yang bersumber dari agama Islam. (Kafi, 1997: 35)

Pada dasarnya isi pesan dakwah adalah materi yang berisi ajaran Islam, ajaran-ajaran Islam tersebut dibagi menjadi tiga (Nadzifah, at-tabsyir, 2013: 144) yaitu :

1. Aspek Keimanan

Iman adalah mayakini Allah SWT dengan hati, mengikrarkan yang diyakini dengan lisan, dan mengamalkan yang diyakini dengan anggota badan. Aspek keimanan mempunyai peran paling penting dalam kehidupan manusia, karena iman menjadi landasan bagi setiap amal dan perbuatan yang dilakukan manusia.

2. Aspek Hukum Islam (Syariat)

Hukum Islam merupakan peraturan-peraturan atau sistem yang disyariatkan Allah SWT untuk manusia. Hukum dalam Islam meliputi ibadah, hukum keluarga, hukum ekonomi, hukum pidana, dan hukum ketatanegaraan.

3. Aspek Ahlak

Aspek ahlak dalam aktifitas dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan penyempurna untuk melengkapi keimanan dan keIslaman seseorang. Aspek ahlak merupakan suatu penyempurna bagi aqidah dan syariat yang mengajarkan tentang cara pergaulan hidup manusia. Sifat ini dapat lahir berupa perbuatan baik yang disebut ahlak mulia, atau perbuatan buruk yang disebut ahlak tercela.