

BAB II

KAJIAN TEORI DAN METODOLOGI PENULISAN

A. Kajian Teoritis

Dalam penulisan Karya Ilmiah ini, penulis mencari referensi sebagai kajian teori untuk menganalisis permasalahan yang terjadi sebagai acuan dalam penetapan solusi. Kajian teori dalam karya ilmiah ini yaitu:

1. Pengertian Efektivitas

Tampubolon (2017) menyatakan bahwa Pengertian efektivitas yang dipentingkan adalah hasil atau tujuan yang ingin dicapai, Rifa'i juga mengemukakan pendapatnya mengenai efektifitas yakni efektivitas juga merupakan unsur pokok untuk mencapai sebuah tujuan atau sasaran yang sudah ditentukan ataupun program (Rifa'i, 2013). Menurut Sumarina (2012), Pengertian efektivitas secara umum menunjukkan seberapa jauh tercapainya sebuah tujuan yang sebelumnya telah ditentukan. Efektivitas merupakan ukuran tercapainya tujuan sebagai hasil dari suatu kegiatan yang telah dilakukan. (Rahmawati & Suryadi, 2019).

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan sebuah unsur pokok dalam pencapaian sebuah tujuan dimana efektivitas sangat mementingkan hasil atau tujuan utama yang telah ditetapkan sebelumnya. Sebuah hal bisa dikatakan efektif apabila hal tersebut dilakukan dengan mudah, cepat dan juga bisa mencapai tujuan dengan baik.

Efektivitas sangat dibutuhkan dalam pencapaian sebuah tujuan karena hal itu menjadikan faktor atau unsur pertama dalam berhasilnya pencapaian sebuah tujuan. Dengan melakukan semua pekerjaan dengan efektif, maka tujuan akan dengan cepat tercapai dan bahkan bisa melebihi dari target yang dikehendaki.

2. Pengertian Media Sosial

Menurut Cahyono dalam jurnalnya, media sosial adalah sebuah media online yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. (Cahyono, 2016). Menurut Ayun (2018) singkatnya, media sosial merupakan salah satu bentuk dari perkembangan internet. Nazeer (2017) juga mengungkapkan dalam jurnalnya bahwa *“Social media is the name of the social networking sites such as Facebook, Twitter, LinkedIn, Myspace and blogs, these websites are the important websites for companies so they can maintain direct relationships with their customers”*. Yang maknanya media sosial merupakan nama dari beberapa jaringan sosial dalam internet seperti Facebook, Twitter, LinkedIn Myspace Atau Website lainnya yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalin hubungan dengan para pelanggan. Media sosial juga merupakan media untuk penyebaran informasi sesuai dengan pendapat Lotan (2019) yang mengatakan bahwa *“Social media is becoming a medium in the dissemination of messages which in this*

case can be called a media for disseminating information to the public.”

Yang maknanya bahwa media sosial merupakan sebuah media untuk penyebaran pesan atau informasi untuk mencapai sebuah tujuan.

Dari beberapa definisi media sosial diatas menunjukkan bahwa media sosial merupakan sebuah media online yang bisa menghubungkan setiap orang sehingga memiliki banyak manfaat bagi individu ataupun organisasi. Media sosial juga merupakan sebuah perkembangan dari internet yang sudah berkembang pesat yang bisa menyebarkan informasi tidak hanya ke satu orang namun informasi juga bisa menyebar ke seluruh orang.

Ulfah dan Barry menyatakan *“The emergence of social media makes spreading information easier and automatically supports the inception of alternative media movement movement opposite to mainstream media coverage.”* Maknanya bahwa media sosial adalah sebuah media yang membuat penyebaran informasi atau berita menjadi lebih mudah dan lebih cepat. (Ulfah & Barry, 2019). Hal tersebut dikarenakan media sosial menggunakan internet dalam penyebaran informasinya. Dimana hanya dengan menggunakan *gadget* yang ada di tangan maka informasi akan menyebar ke seluruh penjuru dunia.

Dalam media sosial penggunaanya bisa saling berbagi informasi dan bertukar pikiran dengan sangat mudah. Melalui media sosial, informasi bisa dibagikan dengan cepat dan dengan cakupan yang sangat luas bahkan ke berbagai belahan dunia. Hal ini karena media sosial

merupakan media *online* yang terhubung ke internet dan servernya terhubung ke seluruh dunia.

Penggunaan media sosial ini menjadi efektif karena bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun hanya dengan menggunakan telepon genggam. Menurut Nasrullah di media sosial, komunikasi serta interaksi yang kemudian tidak hanya memberikan komentar saja namun masyarakat juga diberikan ruang yang bebas untuk menyampaikan opini mereka, menginformasikan apa yang mereka pikirkan atau mungkin hanya sekedar membagikan foto perjalanan tanpa ditujukan kepada orang tertentu. (Nasrullah, 2018)

Pengguna media sosial bisa mengunggah apapun yang mereka inginkan dengan hanya menggunakan telepon genggam yang mereka punya. Dalam media sosial, mereka bisa mengutarakan opini, bertukar pikiran hingga mengunggah kesenangan pribadi. Media sosial juga menjadi tempat bertemunya komunitas dari berbagai macam bidang yang menjadikan mereka berkumpul untuk membicarakan atau melakukan hobi yang sama.

3. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial tentu tidak hanya memiliki satu jenis yakni sangat ada banyak jenis. Beberapa jenis media sosial yaitu:

a. Instagram

Mattern (2017) dalam bukunya mengatakan bahwa "*Instagram is a photo and video sharing website.*", yang artinya

bahwa instagram merupakan media untuk membagikan foto dan juga video. Sejalan dengan pendapat Mahendra bahwa Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan seorang pengguna Instagram mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Mahendra, 2017). Pendapat lain juga dikemukakan oleh Yarbil dan Agrac (2017) bahwa “*Instagram is a relatively new form of communication where users can easily share their updates by taking photos and tweaking them using filters.*”, yang maknanya bahwa instagram adalah bentuk komunikasi baru dimana pengguna dapat dengan mudah membagikan foto atau video terbaru mereka dengan menggunakan filter yang tersedia.

Dari beberapa pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa instagram merupakan bentuk komunikasi yang memungkinkan penggunaanya untuk bisa membagikan foto dan video dimanapun mereka berada dengan cepat dan mudah. Instagram juga memungkinkan penggunaanya untuk menggunakan filter untuk mempercantik foto atau video mereka.

Instagram memiliki beberapa fitur yang menarik diantaranya: fitur *like*, *comment*, *instagram TV*, *instgram story*, *explore instagram*, *instagram highlight*, *instagram reels* dan masih banyak yang lainnya. Dengan banyaknya fitur yang ditawarkan,

instagram menjadi salah satu media sosial paling banyak diminati oleh masyarakat dunia.

b. Twitter

Menurut Tim O’Rielly and Sarah Mistelin, (2012) bahwa “*Twitter is a messaging service that shares a lot of characteristic with communication tools you already use.*”, yang maknanya bahwa Twitter merupakan layanan perpesanan yang memungkinkan penggunaanya untuk saling berkomunikasi dengan mudah. Menurut Sembodo, Twitter merupakan tipe *micro-blogging* (blog kecil) (Eka Sembodo et al., 2016). Selain itu, O’Dea (2015) juga mengatakan bahwa “*Twitter is a free broadcast social media site that enables registered users to communicate with others in real-time using 140 character statements.*”, yang maknanya bahwa Twitter merupakan *broadcast media sosial site* yang memungkinkan penggunaanya berkomunikasi secara langsung dengan menggunakan maksimal 140 karakter.

Berdasarkan beberapa definisi Twitter menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Twitter merupakan sebuah layanan perpersanan dengan tipe *micro-blogging* yang memungkinkan para penggunaanya melakukan komunikasi jarak jauh secara langsung (*real time*) dengan mudah yang memiliki maksimal karakter yakni 140 karakter pada setiap postingannya.

Twitter sering digunakan sebagai ajang penyampaian pendapat kepada khalayak luas. Seperti halnya blog mini, twitter memungkinkan seluruh penggunanya untuk memposting atau menceritakan sebuah pengalaman dengan singkat.

c. Youtube

David (2017) berpendapat bahwa Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video. Sejalan dengan Safira yang berpendapat bahwa Youtube sebagai sarana berbagi video memiliki sifat yang tidak terbatas waktu dan menyediakan beragam konten informasi (Safira et al., 2019). Sheth (2016) berpendapat bahwa *“YouTube is the world’s largest platform for creating, sharing and discovering video content.”*, yang maknanya bahwa Youtube merupakan *platform* terbesar di dunia dalam pembuatan, penyebaran dan juga menemukan sebuah konten.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Youtube merupakan sebuah media sosial terbesar di dunia yang berbasis video, bersifat tak terbatas waktu juga menyediakan berbagai macam konten informasi. Youtube bisa digunakan oleh siapapun. Semua orang yang memiliki akun Youtube bisa menyebarkan video yang mereka buat dengan mudah dan juga cepat. Selain itu, jika sebuah video sudah dilihat ribuan kali atau bahkan jutaan kali, pemilik akun bisa mendapatkan uang dari sana.

4. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial

a. Instagram

Instagram sendiri mempunyai beberapa kelebihan dan kelemahan.

Asep (2018) mengungkapkan kelebihan dan kelemahan Instagram dibandingkan dengan media sosial lainnya:

Kelebihannya yaitu,

1. Bersifat privasi. Jika pemilik akun tidak ingin orang lain melihat isi postingan dari instagram mereka, pemilik akun bisa mengunci instagram tersebut sehingga orang lain tidak akan bisa melihat instagram pemilik akun tanpa izin dari pemilik akun.
2. Instagram memiliki berbagai macam fitur edit foto yang tentunya akan bisa membuat foto yang ditampilkan akan lebih bagus dan menarik.
3. Instagram menyantumkan Follower dan Following pada setiap akun. Hal ini membuat pemilik akun bisa mengetahui siapa saja yang mengikuti instagram mereka.
4. Saat ini, Instagram lebih banyak digunakan oleh masyarakat dibandingkan dengan media sosial lainnya.
5. Setiap orang bisa mem *follow* akun yang mereka inginkan tanpa batas.
6. Melakukan promosi dengan sangat mudah.
7. Fitur yang diberikan sangat mudah untuk diaplikasikan.

8. Instagram bisa digunakan untuk media bisnis atau yang biasa disebut dengan bisnis *online*.
9. Setiap orang bisa melihat aktivitas atau postingan orang lain dengan mudah.
10. Instagram bisa terkoneksi dengan media sosial lainnya seperti Twitter, Facebook dll.

Kelemahan Instagram,

1. Instagram hanya memiliki 2 konten saja yakni foto dan video. Sehingga pemakaiannya cukup terbatas
2. Durasi video yang bisa diupload pada *feeds* Instagram maksimal hanya 1 menit. Yang mana batasan ini cukup mengganggu dan mengurangi efisiensi dalam penyampaian informasi.
3. Instagram tidak menampilkan sebuah *cover picture*, namun hanya menampilkan *profile picture* berukuran kecil yang kurang terlihat atau tidak jelas terlihat.
4. Dikarenakan banyaknya pengguna instagram menjadikan instagram menjadi ketat dalam persaingannya.
5. Kurang praktis jika digunakan dalam hal transaksi
6. Instagram harus diperbaharui secara berkala. Karena fitur sering berubah.

b. Twitter

Tidak hanya Instagram, Twitter juga memiliki kelebihan dan kekuarngannya. Berikut kelebihan dari Twitter berdasarkan Alonso (2018):

1. Viralitas yang langsung
2. Gratis
3. Mudah digunakan
4. Interaktif
5. Komunikasi tanpa perantara atau kontak langsung
6. Bisa mengontrol media konvensional
7. Menjadikan pengguna sebagai penerima utama pesan yang mereka terima

Berikut Kekurangan Twitter yang dikemukakan oleh Schneiker (2019):

1. Kurangnya tata bahasa yang tepat
2. Jumlah kata yang terbatas hanya 280 karakter
3. Sulit dilacak karena mencantumkan beberapa sumber

c. Youtube

Di bawah ini merupakan kelebihan dan kekurangan Youtube menurut (Mangole et al., 2017):

Kelebihan dan kekurangan Youtube

Kelebihannya :

1. Youtube memungkinkan seluruh penggunanya untuk bisa melihat dan membagikan video apapun yang disukai dengan mudah.
2. Youtube bisa digunakan sebagai media mempromosikan diri. Hal ini dilihat dari banyaknya masyarakat yang membuat video tentang dirinya.
3. Video yang ada di Youtube bisa di unduh oleh pengguna yang lain.
4. Youtube juga memungkinkan penggunanya membuat siaran langsung. Siapapun bisa menggunakan fitur ini.
5. Karena jumlah penggunanya sangat banyak, maka video yang ada di youtube juga sangat banyak dan beragam. Video tersebut juga bisa sebagai pembelajaran dengan menonton video pembelajaran

Kekurangannya :

1. Video Youtube bisa disalah gunakan oleh para pengguna.
2. Mudahnya mengakses Youtube membuat banyak video yang tidak baik atau video yang seharusnya tidak ditayangkan. Hal ini karena kurangnya pengawasan Youtube terhadap seluruh videonya.

3. Youtube tidak ada di seluruh negara dikarenakan ada beberapa negara yang memblokir youtube dari kawasannya.
4. Karena terlalu bebas upload jadi banyak video yang tidak berguna atau video pornografi yang terupload
5. Jika koneksi buruk maka video akan diputar secara tidak lancar
6. Beberapa video dibagikan dengan kualitas yang buruk
7. Aplikasi Youtube tidak cocok dengan koneksi internet yang lambat

5. Tujuan Media Sosial Bagi Lembaga Pemerintah

Dalam buku yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kemkominfo (2018), terdapat empat tujuan adanya media sosial bagi lembaga pemerintah, yakni:

a. Berbagi

Informasi yang dibagikan bisa berupa berita, pencapaian organisasi, program terkini ataupun bisa juga informasi lainnya yang dianggap perlu untuk disampaikan kepada khalayak. Dalam berbagai situasi, hampir semua *platform* media sosial bisa dimanfaatkan. Namun perlu diingat bahwa masing-masing media sosial memiliki karakteristik atau karakternya masing-masing.

b. Partisipasi Publik

Sebuah lembaga pemerintahan perlu adanya media sosial untuk membuka kesempatan bagi seluruh masyarakat agar bisa

berpartisipasi dalam pembuatan keputusan negara serta juga sebuah lembaga bisa dengan mudah mendengarkan opini masyarakat terkait dengan lembaga tersebut. hal itu bisa dilakukan dengan memaksimalkan data yang terkumpul atau akan dikumpul pada kolom komentar, mention, reply, ataupun analisis menyeluruh terhadap kata kunci yang biasa digunakan lembaga yang bersangkutan.

c. Kolaborasi

Sebuah lembaga menjalin kolaborasi bersama lembaga lain ataupun dengan *influencer* media sosial untuk bisa mencapai tujuan bersama. Hal ini bisa dilakukan untuk mendukung program kerja lembaga dan juga lembaga lain. sebuah lembaga juga bisa turut menyebarkan informasi lembaga lain atau bahkan bekerjasama dengan *influencer* media sosial demi peyebaran informasi yang lebih meluas.

d. Penanggulangan Resiko

Penggunaan media sosial sebagai perangkat aparatur pemerintahan tentunya bukan tanpa risiko. Salah satu risiko yang penting ditanggulangi adalah berita bohong sampai ujaran kebancian.

B. Kerangka Berpikir

Setiap lembaga pemerintahan perlu memiliki media untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Pada era ini, akan lebih efektif jika media yang digunakan adalah media sosial yang tentunya sangat praktis dan sangat efektif untuk digunakan sebagai media publikasi. Media

sosial ini bisa digunakan untuk menyebarluaskan program lembaga agar bisa mendapat dukungan dari masyarakat luas.

Salah satu lembaga pemerintah yang memiliki media sosial adalah Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (MPR RI). MPR RI memiliki visi “MPR Menjadi Rumah Kebangsaan, Pengawal Ideologi Pancasila, dan Kedaulatan Rakyat”. Untuk mencapai visi tersebut tentu MPR RI memerlukan dukungan masyarakat Indonesia.

Sebuah keputusan yang tepat ketika MPR RI menggunakan media sosial sebagai media dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. MPR RI memiliki media sosial instagram, twitter dan juga youtube. Instagram MPR RI memiliki *username* @mrgoid, twitter @morgoid dan Youtube dengan nama *channel* MPRGOID.

Pengelolaan media sosial yang baik membuat masyarakat lebih mudah memahami isi pesan yang ingin disampaikan. Maka dari itu, dalam penyampaian sebuah informasi perlu strategi dan pengelolana yang baik. Strategi komunikasi perlu ditingkakan dan direncanakan dengan matang.

Sebuah media sosial lembaga pemerintah tentunya memiliki tujuannya tersendiri yakni tujuan berbagi; partisipasi publik, kolaborasi dan juga penanggulangan risiko. Hal ini penting agar menjadi tolok ukur apakah penggunaan media sosial sudah efektif? Jika belum ada berarti MPR RI masih harus melengkapi setiap berita yang ada serta meningkatkan intensitas komunikasi.

C. Metodologi Penulisan

1. Tempat dan Waktu

Penulis melakuakn observasi pada :

Jenis Lembaga : Lembaga Tinggi Negara

Nama Lembaga : Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik
Indonesia

Lokasi : Jl. Gatot Subroto, No. 6, Senayan, Jakarta

Telp : (+62) 21 5789 5063

Website : www.mpr.go.id

Penulis melakukan observasi pada Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Biro Hubungan Masyarakat dan Sistem Informasi tepatnya pada bagian Pemberitaan dan Hubungan Antar Lembaga yang dilaksanakan mulai 1 Februari 2021 hingga 31 Maret 2021.

2. Metodologi Deskriptif

Metode penelitian yang penulis lakukan adalah metode penelitian deskriptif dimana penulis menggambarkan atau menganalisis hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, tentu penulis memerlukan data.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah:

a) Observasi

Metode observasi dilakukan oleh penulis dengan turun langsung ke lapangan untuk meneliti dan mengamati secara langsung. Penulis juga selalu mencatat hal-hal yang penting yang penulis saksikan pada objek peneelitan penulis yaitu MPR RI.

b) Studi Pustaka

Studi Kepustakaan dilakukan oleh penulis dengan membahas beberapa teori dari para ahli yang berkaitan dengan tema yang penulis ambil yakni mengenai media sosial.

c) Dokumen

Penulis menggunakan dokumen *insight* instagram, twitter dan juga Youtube MPR RI sebagai acuan masalah yang terjadi.

