

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Komunikasi

a. Pengertian

Komunikasi adalah kebutuhan dasar seseorang, dengan adanya proses komunikasi seseorang dapat menjalin hubungan dengan orang lain dan mendapatkan tujuannya. Sebagai makhluk individu dan sosial, manusia mempunyai keinginan untuk mendapatkan atensi dari orang lain, dan sebaliknya sebagai makhluk sosial seseorang dituntut untuk melakukan kegiatan yang dapat mencapai kebutuhan dengan berbagai cara salah satunya komunikasi¹. Proses komunikasi sendiri berlangsung di berbagai tempat dan waktu, seperti di rumah, ruang pendidikan, ruang umum, dan masih banyak lagi.

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), komunikasi didefinisikan sebagai penyampaian dan penerimaan pesan (informasi) antara dua orang atau lebih yang dapat dipahami². Pengertian lain juga dijelaskan oleh William I. Gordon (dalam Mulyana, 2001: 41) kata komunikasi berasal dari bahasa Inggris *communication*, berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama. Kata (*communis*) sendiri sering digunakan dalam komunikasi sebagai akar dari pengertian komunikasi.³ Tetapi dalam memahami pengertiannya kita tidak dapat mendefinisikan pengertian tersebut benar atau salah, karena pada dasarnya komunikasi bisa berjalan sebagai peristiwa atau proses yang benar atau salah, tergantung orang yang melakukannya dan dilihat dari manfaatnya.

¹ Suci R Maro Ih Koesomowidjojo, *Dasar-Dasar Komunikasi* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2021), 1.

² Suci R Maro Ih Koesomowidjojo, *Dasar-Dasar Komunikasi* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2021), 1..

³ Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Kritis Dan Komprehensif*, Pertama (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020), 4.

Pengertian lain juga dikemukakan oleh Wahlstrom, mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses, didalam proses tersebut nantinya akan terjadi penyampaian informasi yang dilakukan dengan menggunakan lisan dan bisa juga menggunakan simbol seperti mimik wajah, gerak tubuh, dan sebagainya. Selain itu istilah komunikasi juga berasal dari kata *communication* yang memiliki arti “pertukaran pikiran”⁴. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses yang menjalin dua orang atau lebih untuk menyampaikan dan menerima informasi guna mendapatkan feedback yang mudah dipahami. Serta dapat dipahami bahwa komunikasi adalah proses yang dilakukan seseorang dan memberikan pengaruh bagi sekitarnya dengan melakukan pertukaran informasi atau pesan. Di dalam berkomunikasi tentu harus dilakukan dengan baik seperti yang di jelaskan dalam Surah Al-Hujurat ayat 6 dimana ayat dalam Al-Quran ini memberikan pengajaran penting tentang bagaimana berperilaku dan berkomunikasi dalam masyarakat.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.⁵

Dimana ayat ini menekankan pentingnya menjaga adab dan etika dalam berkomunikasi serta menegaskan nilai-nilai kesopanan, penghormatan, dan keadilan dalam interaksi sosial.

⁴ Teddy Dyatmika, *Ilmu Komunikasi*, ed. Syamsul Bakhri (Yogyakarta: Zahir, Publishing, 2021), 3.

⁵ Alqur'an, al-Hujurat ayat 6, Alqur'an dan Terjemahnya (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alqur'an, 2013), 846.

b. Unsur Komunikasi

Sebagai sebuah proses komunikasi memerlukan komponen atau unsur untuk mencapai komunikasi yang baik. Satu unsur harus melengkapi unsur lainnya agar proses komunikasi tidak mengalami kendala dan ketimpangan. Namun ada juga jika unsur tersebut tidak digunakan atau hilang, komunikasi tetap berjalan. Pakar komunikasi seperti K Berlo mengemukakan ada formula dalam melakukan komunikasi, formula tersebut adalah SMRC yaitu *Source* (Pengirim), *Message* (Pesan), *Channel* (Media atau saluran), dan *Receiver* (Penerima)⁶. Pendapat lain tentang unsur komunikasi juga dikemukakan oleh William J. Sellar yaitu sebagai berikut:

1. *Encoding-Decoding*

Encoding adalah sebuah tindakan yang menyampaikan pesan atau informasi dan *decoding* adalah sebuah tindakan menerima pesan atau informasi.

2. Sumber

Sumber dalam komunikasi adalah pelaku komunikasi itu sendiri yaitu komunikan (menyampaikan pesan) dan komunikator (penerima pesan). Sebagai sumber itu bisa berlaku sebaliknya dalam artian keduanya dapat menjadi sumber.

3. Kompetensi Komunikasi

Mempunyai maksud bahwa pelaku komunikasi harus mempunyai potensi untuk memahami setiap pesan yang sedang berlangsung saat berkomunikasi.

4. *Feedback*

Feedback dalam bahasa Indonesia artinya timbal balik, jika di komunikasi bermaksud setiap komunikasi harus saling bertukar dan mendapatkan manfaat dari komunikasi.

⁶ Eri Yusnita, dkk Marlina, Arvianti, *Buku Ajar Ilmu Komunikasi*, ed. August Leonardo (Bandung: CV. Feniks Muda Sejahtera, 2022), 6.

5. Gangguan

Gangguan dalam berkomunikasi sebisa mungkin harus dihindari agar komunikasi berjalan dengan baik, gangguan ini bisa terjadi dari berbagai faktor.

6. Saluran

Dalam berkomunikasi seseorang biasa berhadapan dengan satu atau dua orang, jadi sebisa mungkin memilih saluran yang efisien agar komunikasi berjalan dengan lancar.

7. Pesan

Pesan menjadi salah satu unsur yang sangat penting dalam komunikasi, dan pesan ini bisa terjadi dengan berbagai bentuk dan terbentuk dari proses komunikasi itu sendiri⁷.

Jadi dapat dipahami bahwa dalam berkomunikasi harus memperhatikan unsur komunikasi agar mendapatkan tujuan yang diinginkan.

c. Fungsi

Fungsi komunikasi menurut Robbins dan Coulter yaitu sebagai berikut:

1. Kontrol

Komunikasi berfungsi untuk memberikan batasan terhadap pelaku komunikasi, dalam artian dengan berkomunikasi seseorang punya kontrol terhadap sikapnya.

2. Motivasi

Dalam proses berkomunikasi seseorang secara tidak langsung akan mendapatkan atau menyampaikan motivasi.

3. Ekspresi emosional

Dengan berkomunikasi seseorang akan mencoba untuk mengekspresikan diri mereka untuk menyampaikan pesan, hal itu juga berlaku sebaliknya bagi komunikan dalam memberikan timbal balik kepada komunikator.

⁷ Alvina. dkk Hardianto, Alvian. F, *Business Communication : Konsep & Praktek Berkomunikasi*, ed. Alvina Felicia. dkk Saputra, Norpiadi. Lokita (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 6.

4. Informasi

Dengan berkomunikasi seseorang dapat menyampaikan gagasan atau ide mereka kepada orang lain, dan dapat juga menerima informasi⁸.

Fungsi komunikasi juga dijelaskan oleh Lutfhi Basit, bahwa komunikasi berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi⁹. Dari fungsi komunikasi diatas dapat ditarik kesimpulan, komunikasi memiliki penting dalam kehidupan seseorang dengan berkomunikasi seseorang bisa mendapatkan informasi, dan dari informasi tersebut seseorang bisa mencapai tujuan yang lain juga.

d. Bentuk Komunikasi

Bentuk komunikasi menurut ahli mempunyai banyak macam, hal dikarenakan perbedaan paradigma serta pengalaman para ahli dalam memahami komunikasi, seperti kelompok sarjana komunikasi asal Amerika membagi bentuk komunikasi yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi antarpribadi.
2. Komunikasi kelompok kecil.
3. Komunikasi organisasi.
4. Komunikasi massa.
5. Komunikasi publik.¹⁰

Selain itu ada juga bentuk komunikasi yang lain yaitu sebagai berikut:

a. Komunikasi verbal

Merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung tanpa ada media perantara antara komunikan dan komunikator, biasa komunikasi ini berlangsung dengan tatap muka menggunakan simbol kata-kata maupun tulisan.

⁸ Sari Ramadhanty, "Penggunaan Komunikasi Fatis Dalam Pengelolaan Hubungan Di Tempat Kerja," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (2014): 1–12.

⁹ Eureka Intan Innova, "Motif Dan Kepuasan Pengguna Instagram Di Komunitas Instameet Indonesia," *Jurnal E-Komunikasi* 4, no. 1 (2016): 1–11.

¹⁰ Irene. Silviana, *Komunikasi Organisasi*, ed. Irene Silviani (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020), 44.

b. Komunikasi non verbal

Merupakan bentuk komunikasi yang berlangsung secara tidak langsung, yaitu dengan memahami simbol seperti mimik wajah, gerak tubuh, kontak mata, dan masih banyak lagi.

c. Komunikasi intrapribadi

Merupakan bentuk komunikasi yang berlangsung dengan diri sendiri, proses ini biasanya dengan memahami isi pesan dari lawan bicara, lalu mengolahnya dan memberikan *feedback* terhadap pesan tersebut.

d. Komunikasi antarpribadi

Merupakan bentuk komunikasi yang sering kita temui, yang biasanya berlangsung dengan orang lain. Dengan menerima atau menyampaikan pesan dan sebaliknya.

e. Komunikasi massa

Merupakan bentuk komunikasi yang berlangsung dengan perantara media tertentu yang bisa menjangkau penerima pesan dengan jumlah yang banyak¹¹.

Dari penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa proses dari komunikasi akan menjadi bentuk komunikasi tergantung pada kepada siapa seseorang berkomunikasi.

e. Jenis Komunikasi

Jenis komunikasi pada umumnya dibagi menjadi beberapa jenis, yang dikategorikan berdasarkan beberapa hal seperti pada penyampaian, perilaku, kelangsungan, maksud komunikasi, dan ruang lingkup komunikasi. dengan penjelasan sebagai berikut:¹²

1. Komunikasi berdasarkan penyampaian

Bahwa komunikasi didasarkan pada penyampaian pesan kepada orang lain, dimana seseorang mempunyai cara tersendiri dalam

¹¹ Fitriani, "Bentuk Komunikasi Antara Guru Agama Dan Orangtua Dalam Membantu Pembelajaran Agama Di SDI Al Izhar Pondok Labu," 2010, 62.

¹² Ulfi Sayyidatul Pohan, Desi Damayani, Fitria, "Jenis Jenis Komunikasi," *Journal Educational Research and Social Studies* 2 (2021): 29–37.

menyampaikan pesannya, pada jenis ini komunikasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu komunikasi verbal (dengan lisan) dan komunikasi non verbal (dengan tulisan).

2. Komunikasi berdasarkan perilaku

Pada jenis komunikasi ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu komunikasi formal yang biasanya komunikasi ini disampaikan pada acara formal, dan bahasa komunikasi yang sistematis, kedua komunikasi nonformal yaitu komunikasi yang berlangsung seperti orang berbicara di kehidupan sehari-hari yang sifatnya pribadi.

3. Komunikasi berdasarkan kelangsungan

Pada jenis ini komunikasi dibedakan menjadi dua komunikasi langsung yaitu komunikasi yang berlangsung secara langsung tanpa menggunakan sarana komunikasi dan komunikasi tidak langsung yaitu komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan sarana komunikasi dalam prosesnya.

4. Komunikasi berdasarkan maksud komunikasi

Pada jenis ini komunikasi dapat dibagi menjadi dalam empat jenis yaitu, pidato, wawancara, memberi perintah dan berceramah. Jenis ini tergantung pada maksud seseorang dalam menyampaikan pesan, semakin tinggi kemampuan seseorang dalam menyampaikannya maka pesan yang disampaikan akan efektif.

5. Komunikasi berdasarkan ruang lingkup komunikasi

Pada jenis ini komunikasi dibagi lagi dalam enam jenis yaitu:

- a. Komunikasi internal.
- b. Komunikasi eksternal.
- c. Komunikasi berdasarkan jumlah yang berkomunikasi.
- d. Komunikasi berdasarkan peranan individu.
- e. Komunikasi berdasarkan jaringan kerja.

f. Media Komunikasi

Definisi media komunikasi dibentuk dari dua kata yaitu media (sarana/saluran) dan komunikasi

(proses penyampaian pesan kepada orang lain. Pengertian media komunikasi sendiri menurut para ahli berbeda-beda seperti Syaifudin, menjelaskan bahwa media komunikasi merupakan semua media/saluran yang digunakan oleh seseorang dalam proses komunikasi¹³. Dimana saat ini media komunikasi memiliki peranan yang cukup penting dalam lini kehidupan, banyak manfaat dan kemudahan yang bisa dirasakan bagi seseorang saat mengalami kendala dengan menggunakan media komunikasi. Selain itu ada beberapa manfaat lainnya dari media dalam berkomunikasi, yaitu:

1. Berkurangnya komunikasi verbal bagi mereka yang terkendala saat komunikasi.
2. Dapat menambah minat seseorang dalam berkomunikasi, dengan media juga seseorang dapat menjangkau khalayak dengan jumlah yang banyak.
3. Menjadikan setiap kegiatan komunikasi lebih menarik dan interaktif.
4. Dapat menembus ruang dan waktu.
5. Menjadi bahan untuk mengembangkan diri, karena akses informasi melalui media sekarang cukup cepat¹⁴.

Selanjutnya secara konseptual media komunikasi dibagi dalam tiga macam yaitu media antar pribadi, media massa, dan forum media dari keduanya¹⁵. Jenis media tersebut juga didasarkan pada alat sasarannya, yaitu sebagai berikut:

- a. Berdasarkan alat yang dipakai

Dalam jenis ini media komunikasi dibagi menjadi dua yaitu:

¹³ Rahartri, "Media Komunikasi Efektif Pada Layanan Jasa Informasi: Studi Kasus Di Kawasan Pusat Penelitian Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (Puspiptek)," *Pustakawan* 26, no. 2 (2019): 109–17.

¹⁴ A A Gede, dkk. Gejir, I Nyoman. Agung, *Media Komunikasi Dalam Penyuluhan Kesehatan*, ed. Ratih (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013).

¹⁵ Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan," *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2018): 13–21, <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>.

1. Media komunikasi audio merupakan media komunikasi yang digunakan oleh kebanyakan orang dengan memancarkan suara. Seperti telepon dan radio.
 2. Media komunikasi visual, media ini biasanya sering digunakan seseorang karena informasi yang didapatkan mudah dipahami yang penyampaian pesannya dari tulisan, gambar, dan audio. Seperti video dan televisi.
- b. Berdasarkan sasarannya

Dalam jenis ini media komunikasi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1. Media komunikasi umum
Yaitu media komunikasi yang jangkauannya ke individu dan khalayak ramai atau kelompok, contoh media ini seperti telepon (untuk sasaran individu) dan brosur, spanduk, dan internet (sasaran kelompok)
2. Media komunikasi massa
Yaitu sarana yang digunakan secara khusus oleh kelompok, yang mana pada media komunikasi berjalan satu arah dari komunikator (penyampai pesan) ke khalayak ramai. Contohnya seperti media cetak : koran, majalah. Media audio : radio. Media audio visual: televisi, video, film¹⁶.

Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa media sosial merupakan sarana yang memiliki banyak manfaat bagi seseorang dalam berkomunikasi. Baik itu komunikasi langsung atau tak langsung yang dimudahkan oleh jenis media yang ada saat ini.

2. Informasi

a. Pengertian Informasi

Informasi adalah sekumpulan atau data yang sudah diubah menjadi sesuatu yang berguna untuk seseorang, dan berpengaruh dalam pengambilan

¹⁶ Qois Ali. dkk Kurniawan, Imam. Humam, *Hakikat, Etika, Dan Filsafat Komunikasi Dalam Dinamika Sosial*, ed. Pia Khoirotun Nisa (Jakarta: PT Mahakarya Citra Utama Group, 2023), 76.

keputusan seseorang¹⁷. Dengan kata lain suatu data belum berarti jika belum diolah, maka dari itu data yang diolah akan membantu seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Selain pengertian diatas Buckland mebagu informasi menjadi 3 yaitu¹⁸:

1. *Information-as-process*

Mendefinisikan bahwa informasi merupakan interaksi data fakta dan data berita.

2. *Information-as-knowledge*

Mendefinisikan bahwa informasi merupakan kumpulan data dari hasil pemikiran orang lain atau orang itu sendiri.

3. *Information-as-thing*

Mendefinisikan bahwa informasi merupakan data yang dapat menambah preferensi seseorang terhadap suatu hal, karena dalam hal ini informasi menjadi objek.

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa informasi merupakan kumpulan data yang bermakna bagi seseorang dan dapat menjadi tumpuan dalam melakukan suatu hal.

Dimana saat ini informasi menjadi kebutuhan bagi setiap orang, konsumsi informasi semakin bertambah dan berkembang cepat dengan kemajuan teknologi. Tidak dapat dipungkiri informasi menjadi menumpuk dan kadang kurang valid serta seseorang banyak menerima informasi dengan kualitas yang buruk. Menurut Jane kualitas informasi adalah pola yang memiliki komposisi yang tepat dengan mebertimbngkan kebutuhan sekitar dan akhirnya dapat menjadi seseorang termotivasi. Pada akhirnya informasi itu nanti dapat bermakna dan dapat menjawab persoalan di sekitarnya. Teori lain menjelaskan ada tiga kualitas

¹⁷ Kusriani S. Andri Koniyo, *Tuntunan Praktis Membangun Sistem Informasi Akuntansi Dengan Visual Basic Dan Microsoft Sql Server+cd*, ed. Sigit Suryantoro, 1st ed. (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI), 2007), 7.

¹⁸ Turwulandari, "Pemanfaatan Media Sosial (Twitter) Sebagai Saranan Informasi Bagi Mahasiswa Di Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya," *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga* 8, no. 2 (2018): 56–60.

informasi yang dapat kita pahami agar tidak salah memilih informasi, yaitu¹⁹:

a. Informasi harus akurat

Informasi yang akurat adalah informasi yang tidak menimbulkan prasangka saat diterima oleh seseorang dengan kata lain informasi harus jelas sumbernya darimana. Karena biasanya proses penerimaan dan penyampaian informasi tidak berjalan dengan sesuai.

b. Informasi harus tepat waktu

Informasi yang berkualitas adalah informasi yang muncul tepat waktu, maksudnya jika ada suatu peristiwa maka akan muncul informasi, proses penyampaian informasi yang tertunda akan berpengaruh pada isi informasi.

c. Informasi harus relevan

Informasi yang relevan adalah informasi yang sesuai dengan kebutuhan seseorang akan informasi dan berguna. Dimana kebutuhan informasi seseorang akan berbeda-beda, maka perlulah informasi yang berkualitas.

Sarana informasi terdiri dari dua kata yaitu sarana dan informasi, dimana sarana sendiri ialah segala sesuatu yang dapat dipakai untuk alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Konsumsi informasi tidak akan terlepas dari sarana (media), dimana untuk menerima dan menyampaikan informasi seseorang bisa melakukannya secara langsung dan tidak langsung.

Dalam konteks praktis teknologi, penyampai informasi juga harus memiliki pengetahuan dan keterampilan etika sebagaimana yang diajarkan dalam ajaran Al-Quran. Hal ini dapat dilihat melalui bentuk perilaku yang baik dan kontekstual dalam penggunaan media sosial seperti yang di jelaskan di dalam Al-Quran, Surah Al-Hajj ayat 30 yaitu tentang

¹⁹ Fitriani Yuni, "Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat," *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika* 19, no. 2 (2017): 152, <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120>.

mengkomunikasikan informasi dengan akurat, tanpa melakukan rekayasa atau manipulasi terhadap fakta.

ذٰلِكَ وَمَنْ يُعْظَمَ حُرْمَتِ اللّٰهِ فَهُوَ خَيْرٌ لّٰهٖ عِنْدَ رَبِّهٖ وَاُحِلَّتْ لَكُمْ الْاَنْعَامُ اِلَّا مَا يُنْتَلٰى عَلَيْكُمْ فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْاَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّوْرِ

Artinya: Demikianlah (perintah Allah). Dan barang siapa mengagungkan apa yang terhormat di sisi Allah (hurumat) maka itu lebih baik baginya di sisi Tuhannya. Dan dihalalkan bagi kamu semua hewan ternak, kecuali yang diterangkan kepadamu (keharamannya), maka jauhilah olehmu (penyembahan) berhala-berhala yang najis itu dan jauhilah perkataan dusta.²⁰

b. Fungsi Informasi

Pada dasarnya semua informasi menjadi berguna apabila informasi tersebut dapat menjadi acuan seseorang dalam menentukan suatu hal. Dimana fungsi utama informasi yaitu untuk menambah pengetahuan dan mengurangi ketidakpastian seseorang akan persoalan yang dihadapi²¹. Tetapi banyak persoalan yang dihadapi terlalu rumit, maka dari itu informasi harus digunakan secara benar. Menurut Gordon B. Davis fungsi informasi tergantung pada beberapa faktor, fungsi informasi sebagai dasar pengambilan keputusan harus mampu menjadi parameter bagi orang tersebut. Dan faktor-faktor tersebut adalah²²:

1. Tujuan si penerima informasi

Penyampaian informasi harus berguna dan mempertimbangkan aspek tujuan penerima informasi, apa alasan penerima informasi mengkonsumsi informasi tersebut, dan harus menentukan cara yang tepat agar diterima.

²⁰ Alqur'an, al-Hajj ayat 30, Alqur'an dan Terjemahnya (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penerjemah dan Penerbit Alqur'an, 2013), 516.

²¹ Tata Sutbri, *Analisis Sitem Informasi*, ed. Christian Putri, 1st ed. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012), 24.

²² Jeperson Hutahaean, *Konsep Sistem Informasi*, ed. GalushPangestu Hastanto, Unggul Pebri, Jati, 1st ed. (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2015), 9.

2. Ketelitian penyampaian dan pengolahan data

Sebagai informan, ketelitian akan data menjadi hal penting dan olah data harus benar-benar diperhatikan agar informasi yang disampaikan relevan.

3. Waktu

Penyampaian informasi yang tepat waktu akan menjadi nilai tambah pada informasi tersebut, selain ketepatan waktu informasi harus sinkron dengan waktu data itu diolah.

4. Ruang dan tempat

Ruang dan tempat yang tepat akan menjadikan informasi semakin valid dan menjadi faktor penting untuk menunjang fungsi informasi itu sendiri.

5. Bentuk

Bentuk atau tampilan informasi akan menjadikan minat seseorang memakai informasi, maka penyedia sumber harus memastikan bentuk dari informasi cocok dengan minat penerima.

6. Semantik

Korelasi antar data dalam informasi sangat penting diperhatikan akan kejelasan mendapatkan informasi yang jelas.

c. Jenis Sarana Informasi

Selanjutnya untuk memahami informasi, kita harus mengetahui jenis informasi itu sendiri, dimana informasi dibedakan menjadi dua yaitu informasi verbal informasi nonverbal. Informasi verbal merupakan informasi yang disampaikan dengan kata atau secara langsung dengan penerimanya, sedangkan informasi nonverbal merupakan informasi yang disampaikan dengan perantara media, seperti media gambar, visualisasi, dan masih banyak lagi²³. Selain itu informasi dapat dibedakan menjadi empat jenis, yaitu²⁴:

²³ Yustinah Iskak, Ahmad, *Bahasa Indonesia Tataran Semenjana Untuk SMK Dan MAK Kelas X*, ed. TIM Editor SMK (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 7.

²⁴ Joni Dwi. Fatkhur Rohman. Dkk Pribadi, *Sistem Informasi Agenda*, ed. Khoiro Umamatun, 1st ed. (Surabaya: Cv. Jakad Media Publishing, 2022), 31.

1. Informasi berdasarkan sifatnya

Jenis informasi ini dibagi lagi menjadi tiga, pertama faktual yaitu informasi yang diproses sesuai fakta yang ditemukan dilapangan dan tidak ada rekayasa informasi, kedua informasi konsep atau opini yaitu dibuat berlandaskan pemikiran seseorang akan suatu hal, dan yang terakhir adalah deskripsi yaitu informasi yang dibuat atas suatu peristiwa secara terperinci

2. Informasi berdasarkan fungsi dan kegunaannya

Jenis informasi ini dibagi menjadi dua, pertama informasi yang menambah ilmu pengetahuan yaitu suatu informasi dibuat untuk membantu menambah pengetahuan tentang suatu hal, dan yang kedua informasi berdasarkan penyajiannya yaitu informasi yang dibuat dalam bentuk yang menarik untuk memikat minat orang membacanya, biasanya disampaikan dengan media tertentu dengan cara yang menarik seperti media cetak, media sosial, serta masih banyak lagi

3. Informasi berdasarkan bidang kehidupan

Informasi ini dibuat untuk memenuhi konsumsi akan informasi akan hal yang disukai, layaknya informasi tentang ekonomi, bisnis, kriminal dan lain sebagainya.

4. Informasi berdasarkan lokasi peristiwa

Informasi ini dibuat atas peristiwa yang sedang terjadi di suatu tempat dibedakan menjadi dua yaitu informasi lokal dan informasi luar negeri.

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Informasi menjadi hal yang penting di era sekarang, pertukaran informasi dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui media, salah satunya media sosial. Media sosial sendiri adalah sebuah sarana daring yang mana penggunaanya dapat bertukar dan ikut serta secara langsung untuk menciptakan isi dari media itu sendiri,

seperti blog, jejaring sosial dan forum dunia sosial²⁵. Perkembangan media sosial saat ini khususnya di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan cepat yang ditunjang dengan adanya teknologi internet, perkembangan tersebut tentunya berpengaruh terhadap penerimaan informasi karena aksesnya yang cukup mudah. Definisi lain tentang media sosial menurut para ahli mempunyai penjelasan yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut:

1. Van Dijk dalam Nasrullah (2015) mendefinisikan media sosial yaitu sebuah platform media yang terfokus terhadap keberadaan pengguna untuk memberikan fasilitas yang dapat berkolaborasi²⁶. Maka dari itu media sosial dapat dipahami sebagai sarana daring yang bertujuan untuk menguatkan antar sesama pengguna media sosial tersebut.
2. M Terry memberikan definisi terhadap media sosial yaitu media sosial adalah sarana komunikasi yang mana pelakunya dapat memberi isi pada media sosial sendiri secara bersama dengan pelaku lainnya, yang diakses dengan teknologi internet tentunya berbeda dengan media cetak dan media konvensional²⁷.
3. Chris Borgan menjelaskan pengertian media sosial adalah serangkaian alat komunikasi dan kerjasama baru yang memungkinkan berbagai interaksi yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh orang awam²⁸.

b. Fungsi Media Sosial

Dapat dipahami dari pengertian diatas media sosial adalah sarana yang digunakan oleh manusia untuk bertukar informasi dengan cepat dan mudah, yang

²⁵ Dian Nurvita Sari and Abdul Basit, "Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting" 3 (2020): 23–36, <https://doi.org/10.30596/persepsi.v>.

²⁶ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," no. 1 (n.d.):

²⁷ Arum Wahyuni Purbohastuti, "Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media Arum," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis XI, NOMOR* (2019).

²⁸ Jouke J. Liedfray, Tongkotow. Waani, Fonny J. Lasut, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara" 2, no. 1 (2022).

bisa diakses menggunakan internet. Selanjutnya media sosial mempunyai peran dan fungsi yang berpengaruh terhadap kehidupan manusia, fungsi tersebut diantaranya sebagai berikut²⁹:

1. Memperluas interaksi sosial manusia dengan memanfaatkan teknologi internet dan website. Maksudnya bahwa melalui media sosial manusia dapat berkenalan dan menjalin komunikasi di dalamnya tidak hanya lingkup sekitar bahkan bisa dunia.
2. Menciptakan komunikasi dialogis antara banyak audiens (many to many). Bahwa media sosial dapat membantu kelompok atau organisasi dalam menjalin komunikasi dengan media sosial.
3. Melakukan transformasi manusia yang dulunya pemakai isi pesan berubah menjadi pesan itu sendiri. Bahwa media sosial saat ini memberikan pengaruh yang cukup besar, dimana sebelum adanya media sosial manusia sebagai pelaku untuk mendapatkan informasi itu sendiri, namun sekarang manusia dapat menjadi informasi untuk dirinya sendiri.
4. Membangun personal branding bagi para pengusaha ataupun tokoh masyarakat. Bahwa media sosial dapat membantu orang untuk melakukan strategi dalam mengenalkan siapa diri mereka.
5. Sebagai media komunikasi antara pengusaha ataupun tokoh masyarakat dengan para pengguna media sosial lainnya. Bahwa dengan menggunakan media sosial kita dapat menjalin komunikasi antar sesama manusia.

c. Tujuan Penggunaan Media Sosial

Dari fungsi diatas tentunya penggunaan media sosial bukan tanpa tujuan, berikut beberapa tujuan seseorang menggunakan media sosial³⁰:

²⁹ Arum Wahyuni Purbohastuti, "Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media Arum," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis XI, NOMOR* (2019).

1. Aktualisasi diri

Bahwa media sosial dapat membantu seseorang untuk merepresentasikan dirinya, di dalamnya pengguna dapat menunjukkan siapa dirinya, seperti bakat, karya, dan lainnya. Hal itu tentunya membawa dampak baik jika mereka mendapatkan apresiasi dari pengguna lain.

2. Membentuk komunitas

Bahwa media sosial dapat dijadikan komunitas, grup, organisasi, dan masih banyak lagi bagi mereka yang mempunyai minat yang sama. Selain itu penggunaan media sosial secara intens dengan topik tertentu juga dapat membentuk komunitas.

3. Menjalin hubungan

Seperti yang kita tahu bahwa adanya media sosial adalah sebagai saran bagi pengguna untuk terus menjalin hubungan baik antar pribadi, atau pribadi dengan kelompok, dan sebaliknya. Dalam hal ini media sosial mempunyai peran yang penting untuk terus menjadi sarana untuk menjalin hubungan tersebut.

4. Media pemasaran

Seperti yang kita lihat sekarang, media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi. Banyak *developer* aplikasi media mula merambah dunia jual beli online seperti halnya *online shop*.³¹

d. Karakteristik Media Sosial

Maka dari itu keberadaan media sosial sangat membantu manusia untuk berkomunikasi. Media sosial sebagai sarana mempunyai karakteristik yang berbeda dengan media-media sebelumnya, diantara karakteristiknya adalah sebagai berikut³²:

³¹ Arum Wahyuni Purbohastuti, “Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media Arum,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis XI*, NOMOR (2019).

³² Arum Wahyuni Purbohastuti, “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi,” *Tirtayasa, EKONOMIKA* 12, no. 2 (2017): 212–31.

1. Partisipasi

Karakter ini menjadikan media sosial secara tidak langsung menarik minat penggunanya untuk ikut serta dalam isi media tersebut dan berkontribusi, bahkan sekarang tidak ada batasan antara media dan pengguna.

2. Keterbukaan

Berkat banyak fitur yang dimiliki oleh media sekarang, media sosial menjadi sebuah ladang terbuka bagi siapapun. Pengguna dapat menerima dan menyampaikan apapun sesuai dengan apa yang mereka senangi.

3. Perbincangan

Karakter yang melekat dari dulu media sosial adalah sarana komunikasi, banyak orang menggunakan media sosial untuk menjalin komunikasi seperti sekedar menanyakan kabar. Perbincangan ini tentunya adalah komunikasi dua arah, bahkan bisa melibatkan banyak orang sekalipun.

4. Keterhubungan

Dengan adanya media sosial seseorang sangat terbantu untuk menjalin suatu hubungan, kadang hal tersebut dapat terjalin dalam waktu yang cukup lama dan dengan fokus dan minat yang sama melalui isi media itu sendiri.

Selain karakteristik tersebut media sosial mempunyai karakteristik lain yang menurut Nasrulloh (2015) media ini mempunyai karakteristik yang spesifik yaitu³³:

a. Jaringan (*Network*)

Jaringan menjadi salah satu karakter yang cukup diketahui oleh khalayak ramai, dengan adanya jaringan media sosial dapat bertumbuh cepat sampai saat ini. Jaringan atau koneksi saat ini sangat mempengaruhi media sosial berkembang, karena

³³ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," no. 1 (n.d.):

banyak media sosial memerlukan koneksi untuk menjalankannya.

b. Informasi (*Information*)

Informasi merupakan hal penting dan sangat dilihat oleh masyarakat, seperti yang kita tahu media sosial menjadi sarana untuk mencari dan menyampaikan informasi. dan saat ini para pengguna media sosial mulai yang banyak mengkreasikan feedback yang mereka terima dari media.

c. Arsip (*Archive*)

Arsip menjadi salah satu keunggulan media sosial sekaligus karakter yang melekat pada media ini. Media sosial seperti facebook, twitter, instagram sebagai sarana informasi juga dapat membagikan foto dan video. Maka secara tidak langsung hal tersebut tersimpan dan dapat dilihat beberapa tahun kemudian.

d. Interaksi (*Interactivity*)

Interaksi tidak bisa di tinggalkan dari karakter media bahkan media sosial itu sendiri, dengan munculnya media sosial seseorang dapat dimudahkan dalam berinteraksi dan menjalin hubungan dengan pengguna lainnya.

e. Simulasi sosial (*Simulation of society*)

Di dalam media sosial sering kita temui banyak orang ikut berpartisipasi dan berkontribusi pada suatu konten atau informasi, hal tersebut yang kadang tidak ada di dunia nyata dan bisa berjalan di media sosial.

f. Konten oleh pengguna (*User-generated content*)

Dalam bermedia pengguna secara leluasa membuat isi dari media sosial mereka sendiri, itu menjadi hak penuh untuk mengaksesnya. Dan memberikan kesempatan bagi pengguna untuk ikut ke dalam isi tersebut.

e. Jenis Media Sosial

Selanjutnya media sosial diklasifikasikan oleh Kaplan dan Haenlin menjadi enam jenis dalam artikelnya *Horizon Bisnis*, klasifikasi tersebut yaitu³⁴:

1. Proyek Kolaborasi *Website*

Jenis media ini memberikan izin penuh pada penggunanya untuk mengisi, mengedit konten secara langsung pada *website*, seperti halnya *website* wikipedia.

2. *Blog* dan *Microblog*

Jenis media ini yaitu media yang memberikan fasilitas penggunanya untuk mengejawantahkan isi pikiran mereka sebagai isi media tersebut, contohnya seperti Wordpress, Blogger, Twitter.

3. Konten

Jenis media ini lebih banyak memberikan fasilitas berupa fitur bagi foto dan video, dimana para penggunanya dapat mengkreasikan isi atau konten yang mereka sukai, contohnya seperti Youtube, dan Tumblr.

4. Situs Jejaring Sosial

Jenis media ini memberikan fasilitas berupa fitur komen, *like*, serta fitur penunjang lainnya sehingga pengguna dapat berteman antar sesama pengguna dengan membuat profil terlebih dahulu. Contoh Facebook, Instagram, dan Tiktok.

5. *Virtual Game World*

Jenis media ini banyak diminati kalangan anak muda, biasanya berupa permainan dan dapat berinteraksi dengan teman bahkan lawan mainnya.

6. *Virtual Social World*

Jenis media ini kurang lebih sama dengan *Virtual World Game*. Namun penggunanya dapat

³⁴ Adelia Septiani Restanti Tani. Aulia Fitria. Dkk., *Media Sosial, Identitas, Transformasi, Dan Tantangannya*, ed. Dkk Adelia Septiani Restanti Tania, Aulia Fitria (Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group), 2020).

mensimulasikan kegiatan mereka seperti di dunia nyata. Contoh *The Sims Play*.

4. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi dan bertukar informasi dengan mudah melalui foto dan video yang dapat diakses secara daring serta dapat juga dibagikan ke berbagai media sosial lainnya³⁵. Instagram saat ini memiliki pengguna yang cukup banyak di dunia menjadikan media sosial ini populer di berbagai kalangan anak muda bahkan orangtua.

Dimana menurut situs lokadata, Indonesia sendiri memiliki jumlah pengguna instagram yang cukup banyak mencapai 62 juta akun, yang menempati peringkat keempat pengguna instagram terbanyak di dunia³⁶. Berkat kepopulerannya instagram sekarang tidak hanya digunakan secara pribadi, namun juga banyak digunakan oleh organisasi dan perusahaan baik pemerintah maupun swasta untuk menyampaikan informasi bahkan menjadi sarana branding mereka.

Sebagai media sosial yang bertumpu pada koneksi internet instagram memiliki fungsi yang hampir sama dengan *Facebook* dan *Twitter* yaitu bisa diakses melalui *smartphone* dan komputer³⁷. Yang mana pengguna tidak kesulitan untuk beradaptasi dengan tampilan instagram, selain itu sistem yang dibuat instagram untuk berkenal dengan pengguna lain juga cukup mudah, istilah yang sering digunakan adalah *following* yaitu orang yang mengikuti akun dan *followers* yaitu orang lain yang mengikuti akun³⁸.

³⁵ Eureka Intan Innova, "Motif Dan Kepuasan Pengguna Instagram Di Komunitas Instameet Indonesia," *Jurnal E-Komunikasi* 4, no. 1 (2016): 1–11.

³⁶ Jubilee Enterprise, *Instagram Untuk Bisnis, Hobi, Dan Desain Grafis*, Digital (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2021), 2.

³⁷ Damayanti Rini, "Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram," *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma* 5, no. 3 (2018): 261–78.

³⁸ Meutia Puspita Sari, "Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip

Dimana pada setiap konten yang diunggah pengguna lain dapat ikut serta dengan komen, *like*, atau *share* konten tersebut.

b. Fitur Instagram

Seiring perkembangan instagram juga ikut berbenah untuk menunjang penggunaannya, melalui fitur-fitur yang dimilikinya. Selain dari unggah foto dan video instagram juga memiliki fitur lain diantaranya yaitu³⁹:

1. Pengikut atau *Followers*

Fitur ini memungkinkan pengguna instagram untuk saling mengikuti satu sama lain atau berteman, dimana pertemanan ini juga tidak hanya sebatas orang terdekat. Namun bisa juga dengan orang asing atau orang beda negara sekalipun.

2. Mengunggah foto dan video

Fitur ini merupakan fitur yang sering diketahui oleh penggunanya, walaupun ada kebanyakan media sekarang juga memilikinya. Justru instagram lebih dikenal dengan fitur ini, di dalamnya juga ditambahkan efek, audio, dan bisa juga di-*setting* sebelum diunggah. Foto atau video yang diunggah ini biasanya bisa dari isi galeri atau langsung diambil dengan kamera *smartphone* pengguna.

3. Pemberian efek dan editing

Sebelum mengunggah foto atau video instagram juga menambahkan fitur *editing*, fitur ini bisa dipakai untuk editing foto dan video dengan mengatur *brightness*, *contrast*, *sharpen*, dan masih banyak lagi. Selain itu juga bisa ditambahkan audio tambahan dari instagram atau penyimpanan *smartphone* pengguna.

Universitas Riau,” *Jurusan Ilmu Komunikasi ± Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Riau Kampus 53*, no. 9 (2017): 1–13.

³⁹ Anastasya Maharani Ardiansah, Irfan, *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing Potret Penggunaan Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Industri UKM*, ed. Adriyani Kamsyach, 1st ed. (Bandung: CV. Cendekia Press, 2020).

4. Kamera

Fitur ini tentunya sudah tidak menjadi rahasia lagi bagi penggunanya, dengan fitur kamera para pengguna instagram dimudahkan untuk mengambil gambar dan video. Instagram menyediakan beberapa ukuran rasio untuk foto dan video yaitu 1:1 (1080 × 1080) piksel, 1.91:1 (1080 × 608) piksel, 4:5 (1080×1350) piksel. Sedangkan untuk IGTV rasio 9:16 (1080 × 1920) piksel dan sebaliknya, rasio ini juga sama dengan instagram reels, serta untuk foto profil yaitu 1:1 (320 × 320).

5. Arroba (@)

Fitur ini sering dilihat dengan simbol (@), pada fitur ini pengguna dapat berkomunikasi dengan pengguna lain dengan menggunakannya.

6. Label foto atau hastag

Fitur ini memudahkan penggunanya untuk mencari foto atau video yang sedang dicari, biasanya juga bisa digunakan sebelum mengunggah konten dengan menambahkan simbol (#).

7. Tanda suka

Fitur ini biasanya dikenali penggunanya dengan istilah *like*, dengan fitur ini penggunanya dapat menyukai konten atau isi di instagram.

8. Pencarian atau *search*

Fitur ini biasa digunakan oleh penggunanya untuk mencari akun pengguna lainnya atau konten yang mereka minati, selain itu dapat menggunakan label foto untuk mencarinya.

9. *Direct message*

Fitur ini digunakan oleh penggunanya untuk mengirimkan pesan, berupa pesan tulisan, pesan suara, foto serta video. Saat ini fitur ini dapat digunakan untuk menelepon pengguna lainnya.

10. Instastories

Fitur ini sering digunakan untuk mengunggah foto atau video dengan ditambah efek atau filternya. Selain itu di dalamnya masih banyak fitur lain seperti, musik, *boomerang*, *rewind*, *polling*,

pertanyaan atau QnA, siaran langsung dan masih banyak lagi.

c. Keunggulan Instagram

Dengan fitur tersebut menjadikan instagram mempunyai banyak keunggulan yang dapat memaksimalkan penggunaannya dalam membuat konten. Selain fitur tersebut instagram juga memiliki keunggulan lainnya yaitu⁴⁰:

1. Instagram adalah titik kontak untuk beberapa jaringan saluran yang sangat luas ketika seseorang meletakkan profil Instagram mereka di halaman mereka dan seseorang segera menemukan galeri yang langsung penuh dengan identitas dan bahkan produk untuk dijual.
2. Instagram dapat menarik lalu lintas pengguna lain yang terlibat dan membangun banyak kelompok dengan menghubungkan ke Youtube, Facebook, dan lainnya, foto dan video yang ditautkan akan berkembang menjadi jaringan yang lebih luas .

Tidak hanya itu pengguna juga dapat mengeksplorasi dan mengkreasi isi konten instagram, dimana ada beberapa jenis konten di dalamnya yaitu sebagai berikut⁴¹:

a. *Feed* Konten

Jenis konten ini merupakan jenis konten yang sering ditemui pada instagram, yaitu dengan mengisi konten berupa foto dan video

b. *Story (instastory)*

Jenis konten ini juga sering dipakai oleh pengguna instagram, namun pada konten ini hanya berlaku 24 jam. Konten yang diunggah bisa berupa tulisan, foto, video dan masih banyak lagi.

c. *Story Highlight*

Jenis konten ini berbeda dengan konten story, pada konten ini pengguna dapat menampilkan

⁴⁰ Damas Rambatan Rakanda, "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z Atau Igeneration Di Desa Cawas," 2020.

⁴¹ Jubilee Enterprise, Instagram Untuk Bisnis, Hobi, Dan Desain Grafis, Digital (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2021), 2.

story yang lalu atau sudah lama di halaman profil melalui fitur arsip.

d. *IGTV Video*

Jenis konten ini biasanya berupa unggahan video dengan durasi yang cukup panjang, dimana pada konten feed pengguna hanya dapat mengunggah dengan durasi maksimal 60 detik, di konten ini bisa sampai 1 jam lebih.

e. *Guide*

Jenis konten ini merupakan jenis konten yang dibuat dengan adanya alur, komentar, tip, rekomendasi, dan sebagainya.

5. KKN-IK IAIN KUDUS 2022

a. Pengertian KKN-IK IAIN KUDUS 2022

Kuliah kerja nyata atau KKN adalah salah satu bentuk pengimplementasian kemampuan mahasiswa dengan kegiatan pengabdian langsung di masyarakat dari Tri Dharma Pendidikan yang meliputi pendidikan, pengajaran, dan pengabdian pada masyarakat, kegiatan yang diadakan oleh Perguruan Tinggi ini dimaksudkan untuk melatih kemampuan belajar mahasiswa di bangku perkuliahan dengan didampingi oleh staf pengajar⁴². Selain kegiatan itu untuk menumbuhkan rasa peka terhadap persoalan sosial yang ada di masyarakat dan membantu pemecahan masalahnya.

Sebagai bentuk pengabdian masyarakat hal itu tertuang dalam Undang-Undang No 12 tahun 2012, dijelaskan bahwa pengabdian masyarakat merupakan kegiatan akademik yang selaras dengan teori yang didapat serta dibantu dengan teknologi untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan menumbuhkan kesejahteraan masyarakat⁴³. Sebagai landasan tentunya

⁴² Kelompok 49 KKN DR UIN SGD 2020, *Masyarakat Berdaya Bersama Mahasiswa Ditengah Pandemi Covid-19* (Bandung: LP2M UIN SGD BANDUNG, 2021).

⁴³ Ahmad Ulil Albab Al Umar et al., “Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Wujud Pengabdian Kepada Masyarakat Di Tengah Pandemi Covid-19,” *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2021): 39–44, <https://doi.org/10.47492/eamal.v1i1.377>.

kegiatan KKN pasti diadakan oleh civitas akademik untuk mewujudkan cita-cita tersebut. Kegiatan ini sebagai ajang praktek mahasiswa tentunya dapat juga membantu masyarakat dalam semua sektor.

Di Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus) sendiri kegiatan semacam ini diberi nama KKN-IK (Kuliah Kerja Nyata Terintegrasi Kompetensi), merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai penerapan Tri Dharma Pendidikan yang memiliki fungsi utama yaitu sebagai sarana menyebarkan ide atau gagasan atas teori ilmu pengetahuan, teknologi pada praktiknya harus terjun ke masyarakat, serta untuk wadah bagi Perguruan Tinggi melakukan penelitian pada masalah yang ada di masyarakat⁴⁴. Kegiatan itu dilakukan secara terintegrasi kompetensi pada setiap program studi yang ada dengan pengabdian di masyarakat. Yang mana setiap kegiatan yang dijalankan oleh mahasiswa harus selaras dengan teori sesuai program studi masing-masing.

Disisi lain kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat akan potensi pada semua sektor di desa mereka berlandaskan moderasi beragama, dengan dibarengi oleh kemampuan mahasiswa pada setiap program studi yang ada.

Dari hal tersebut kegiatan wajib sebagai mata kuliah dengan bobot 4 sks ini, harus dilaksanakan oleh mahasiswa yang terfokus pada tema “Pemberdayaan Potensi Desa dan Penguatan Moderasi Beragama”. Tema ini terdiri dari banyak sektor yang memiliki potensi untuk dikembangkan seperti sektor ekonomi, sosial, budaya, agama, dan masih banyak lagi. Dengan berlandaskan kemampuan mahasiswa pada setiap program studi dengan melakukan pendampingan,

⁴⁴ Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus and Penerbit, *BUKU PANDUAN KULIAH KERJA NYATA TERINTEGRASI KOMPETENSI (KKN-IK) TAHUN 2022 “Pemberdayaan Potensi Desa Dan Penguatan Moderasi Beragama”* (Kudus: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022).

pembinaan ,dan penyuluhan yang dikuatkan dengan penguatan nilai-nilai moderasi beragama.

b. Tujuan KKN-IK IAIN KUDUS 2022

Kegiatan ini memiliki tujuan menumbuhkan pemahaman masyarakat terhadap potensi desa yang dimiliki dengan berlandaskan penguatan nilai-nilai moderasi beragama. Yang secara rinci tujuan tersebut dijelaskan pada poin berikut⁴⁵:

1. Memberikan tingkat pemahaman warga desa terhadap potensi desa yaitu potensi pada sektor ekonomi, sosial-budaya, sektor keagamaan, yang dapat dikembangkan guna memberikan dampak pada kehidupan warga desa.
2. Memberi pemahaman serta menguatkan warga desa tentang moderasi beragama yang dapat diimplementasikan di kehidupan sehari-hari.
3. Dapat mengasah kemampuan mahasiswa sesuai dengan program studi yang mereka ambil guna meningkatkan potensi diri yang dilakukan secara mandiri.

c. Manfaat KKN-IK IAIN KUDUS 2022

Dari penjelasan diatas manfaat Kuliah Kerja Nyata Terintegrasi Kompetensi yang diadakan oleh Institut Agama Islam Negeri Kudus adalah sebagai berikut⁴⁶:

1. Kegiatan ini dapat membuka pikiran warga desa tentang potensi desa yang dimiliki, dan dapat dikembangkan secara mandiri oleh desa guna memberikan taraf yang lebih baik.
2. Kegiatan ini dapat memberi pemahaman warga desa akan pentingnya moderasi beragama dengan

⁴⁵ Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus and Penerbit, *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Terintegrasi Kompetensi (Kkn-Ik) Tahun 2022 “Pemberdayaan Potensi Desa Dan Penguatan Moderasi Beragama”* (Kudus: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022).

⁴⁶ Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus and Penerbit, *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Terintegrasi Kompetensi (Kkn-Ik) Tahun 2022 “Pemberdayaan Potensi Desa Dan Penguatan Moderasi Beragama”* (Kudus: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022).

dibarengi dengan pengembangan masyarakat yang semakin cepat.

3. Kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam menumbuhkan potensi sesuai dengan ilmu yang dimilikinya dan berguna sebagai bekal masa depan.

d. Waktu dan Tempat Pelaksanaan KKN-IK IAIN KUDUS 2022

Kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa dan dosen pendamping pada 1 September 2022 sampai dengan 3 Oktober 2022 terhitung 33 hari, dengan lokasi kegiatan tersebar di desa pada dua kabupaten yaitu Kabupaten Kudus dan Kabupaten Jepara terdiri 200 kelompok di 200 desa⁴⁷.

B. Penelitian Terdahulu

Referensi dari penelitian ini tidak terlepas pada penelitian terdahulu yang membahas tentang instagram sebagai sebuah sarana atau media, variasi akan subjek dan objek penelitian menjadikan penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan yang menginspirasi peneliti untuk melakukan penelitian ini, serta dengan tujuan untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Berikut adalah penelitian terdahulu dengan kemiripan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Pertama, Muhammad Abid Rifqy Zamzanim Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan judul skripsi “*Penggunaan Instagram @beritamagetan sebagai Media Informasi (Perspektif Uses and Gratification)*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, untuk mencapai tujuan pada penggunaan instagram sebagai media informasi di akun @beritamagean peneliti menjabarkan hasil penelitian secara sistematis sesuai dengan data dan fakta di lapangan. Selain itu peneliti juga

⁴⁷ Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus and Penerbit, *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Terintegrasi Kompetensi (Kkn-Ik) Tahun 2022 “Pemberdayaan Potensi Desa Dan Penguatan Moderasi Beragama”* (Kudus: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022).

menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian tersebut yang *pertama* menunjukkan bahwa dasar penggunaan akun Instagram @beritamagetan adalah atas dasar tujuan akses informasi dan hiburan. *Kedua* kepuasan admin dari akun instagram tersebut, karena tujuan pembuatan akunnya sudah tercapai⁴⁸. Penelitian ini memiliki kesamaan pada objek penelitian yaitu sebuah akun instagram dengan menggunakan metode yang sama yaitu metode kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya adalah akun instagram yang diteliti, pada penelitian milik Muhammad Abid Rifqy Zamzamin melakukan penelitian pada akun @beritamagetan yaitu salah satu akun instagram yang banyak menyampaikan informasi atau berita di Kabupaten Magetan, dan pada skripsi ini meneliti akun instagram sebagai sarana informasi kelompok mahasiswa KKN-IK (Kuliah Kerja Nyata Terintegrasi Kompetensi) yaitu akun Instagram @kknikdesatargo2022.

Kedua, Vira Indar Nevyra, Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, dengan judul Skripsi “*Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan metode naratif, yaitu dengan memahami dan menemukan data pada objek penelitian yang akan membahas bagaimana orang lain dengan bertanya secara langsung akan sesuatu yang mereka alami.

Hasil dari penelitian tersebut yaitu penggunaan instagram di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara cukup efektif digunakan oleh mahasiswa⁴⁹. Penelitian ini mempunyai persamaan yaitu penggunaan metode yang digunakan metode kualitatif, sedangkan perbedaannya pada subjek penelitian, pada penelitian ini

⁴⁸ Muhammad Abid and Rifqy Zamzami, “Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Persepektif Uses and Gratification),” *Insitut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2022.

⁴⁹ Vira Indar Nevyra, “Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,” *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, 2021.

subjeknya adalah kalangan Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Selatan dan pada penelitian ini yaitu pengikut Instagram @kknikdesatergo22, selain itu penelitiannya terfokus pada instagram sebagai media komunikasi bukan media informasi. Perbedaan lainnya yaitu pada pendekatan metode penelitiannya penelitian terdahulu ini menggunakan metode naratif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif.

Ketiga, Rizky Mai Nanda, Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, dengan judul skripsi “*Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Hotel di Kota Pekanbaru (Studi Akun Instagram @mitrahotelpku)*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menjelaskan data dilapangan instagram sebagai media promosi.

Hasil dari penelitian tersebut yaitu penggunaan instagram sebagai media promosi perusahaan pada akun @mitrahotelpku, karena banyak fitur yang membantu perkembangan perusahaan dengan memaksimalkan fitur pada aplikasi tersebut⁵⁰. Persamaan penelitian yaitu objek subjek penelitian pada akun instagram dan metode yang digunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya pada objek penelitian, pada penelitian terdahulu ini objek penelitian akun instagram perusahaan yaitu akun Instagram @mitrahotelpku, dan pada penelitian ini objeknya akun instagram kelompok mahasiswa yang telah melaksanakan kegiatan KKN pada akun Instagram @kknikdesatergo22. Selain itu pada penelitian sebelumnya hasilnya instagram digunakan untuk media promosi, pada penelitian ini instagram digunakan untuk media informasi.

Keempat, Luliyana Rimawaty, Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, dengan judul skripsi “*Pemanfaatan Instagram sebagai Media Branding Pada Dream.co.id (Studi Deskriptif Kualitatif pada iklan Dream Resolusi Cantik)*”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian metode kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk

⁵⁰ Rizky Mai Nanda, “Pemanfaatan instagram sebagai Media Promosi Hotel di Kota Pekanbaru (Studi Akun Instagram @ Mitrahotelpku),” 2021.

mengetahui strategi marketing Dream.co.id.

Hasil penelitian tersebut yaitu strategi social marketing yang digunakan oleh perusahaan kecantikan itu meliputi beberapa tahap *planning*, strategi, *monitoring*, analisa, dan evaluasi. Persamaan penelitiannya adalah metode yang digunakan metode kualitatif deskriptif, dan objeknya akun instagram⁵¹. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitiannya, penelitian sebelumnya objek akun instagram kecantikan yang digunakan untuk branding produk. Dan pada penelitian ini objeknya yaitu instagram digunakan media informasi kelompok KKN.

Kelima, Fauzia Mafiroh, Mahasiswi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, dengan judul skripsi “*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @tamanwisaragenilangit Sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Genilangit*”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan tujuan untuk mengetahui manfaat instagram sebagai media promosi.

Hasil penelitian tersebut yang *pertama* yaitu pemanfaatan akun instagram dengan menggunakan fitur yang disediakan instagram, *kedua* berdasarkan hasil penelitian akun instagram tersebut dapat menarik minat pengunjung wisata untuk berwisata⁵². Persamaan dengan penelitian ini adalah sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan objek penelitian sebuah akun instagram. Sedangkan perbedaannya adalah objek penelitiannya akun instagram wisata, pada penelitian ini objeknya akun instagram kegiatan kelompok KKN. Selain itu instagram digunakan untuk media promosi, pada penelitian ini akun instagram digunakan sebagai sarana informasi.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa

⁵¹ Luliyana Rimawaty, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding Pada Dream . Co . Id,” 2019.

⁵² Fauzia Mafiroh, “Muhamad Nurdin and M Ag, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @ Tamanwisatagenilagit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Legit,” *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*, 2019.

penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya.

C. Kerangka Berpikir

Instagram sebagai sebuah sarana informasi saat ini sangat membantu seseorang dalam menjalin sebuah hubungan. Seiring dengan perkembangan zaman media sosial tersebut menjadi populer dan dikenal oleh semua kalangan. Penggunaan instagram saat inipun tidak hanya digunakan secara pribadi namun juga digunakan untuk kepentingan kelompok atau perusahaan baik negeri maupun swasta.

Layaknya sebuah kelompok mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kudus yang melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Terintegrasi Kompetensi (KKN-IK) di Desa Tergo, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

