

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi termasuk internet telah menghadirkan berbagai macam media sosial.<sup>1</sup> Media sosial mampu menghadirkan sebuah forum yang dapat membentuk suatu komunitas online. Perkembangan teknologi modern dalam beberapa dekade terakhir telah memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat. Salah satu teknologi informasi modern yang saat ini banyak diminati adalah internet yang melahirkan berbagai teknologi baru sebagai jawaban atas kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Karena internet seperti gudang informasi yang tidak pernah habis, mudah untuk mendapatkan informasi dari seluruh dunia tanpa batasan.

Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh kalangan masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dunia maya atau melalui interaksi sosial online.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Machsun Rifauddin, "Fenomena Cyberbullying Pada Remaja". Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khizanah Al-hikmah, Online, Vol.4 No.1, hal.35. Diakses 27 oktober 2022

<sup>2</sup> Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016), h. 3.

Akhir-akhir ini pemanfaatan internet mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media teknologi seperti internet bukan lagi hanya sekedar menjadi alat berinteraksi dua arah, kendati demikian juga sebagai bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis, industri, pendidikan, dan pergaulan sosial. Terlebih pada media sosial yang pertumbuhannya sangat meningkat. Media sosial yang marak belakangan ini seperti: *Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, dan Whatsapp* adalah produk teknologi media baru yang kini sedang digemari banyak kalangan.

Penggunaan media sosial saat ini banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang semakin berlebihan hingga terkadang tidak ada batasan antara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya. Bahkan, kehidupan di dunia maya tidak selaras dengan kehidupan di dunia nyata. Dengan begitu, media sosial saat ini bisa digunakan lebih jauh lagi. Tidak hanya untuk sekedar memberikan kabar tentang keadaan dan keberadaan saja, lebih dari itu media sosial kini sudah bisa digunakan sebagai alat pengganti kehidupan kita di dunia maya. Seperti menjalin pertemanan lebih banyak, mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, berkirim foto, bahkan dapat digunakan sebagai ajang mencari pasangan.

Jejaring sosial pun nampak lebih dekat dan nyata dibanding keberadaan tetangga kita sendiri. Kendati demikian, Orang-orang menjadi begitu terobsesi dengan dunia maya dan menarik diri dari lingkungan sosialnya. Hal inilah kemudian menimbulkan berbagai gangguan kepribadian seperti sikap menyendiri, anti-sosial cenderung

tidak peka dengan kebutuhan orang sekitar, individualistis dan lain-lain.<sup>3</sup>

Majunya teknologi dan arus informasi membuat masyarakat Indonesia lebih terbuka pada pengetahuan global. Tidak bisa dipungkiri lagi perkembangan media ikut juga berperan aktif dalam perubahan gaya hidup seseorang baik media elektronik, cetak maupun online. Pemanfaatan media sosial tidak hanya digunakan sebagai kebutuhan individualis untuk memudahkan berkomunikasi. Namun seiring perkembangan arus informasi di era modern ini. Media sosial juga digunakan sebagai sarana publikasi atas kegiatan dari suatu lembaga atau instansi. Sebagai penyempurnaan dari suatu kegiatan lembaga atau instansi maka perlu media sosial sebagai wajah eksistensi suatu lembaga.

Kementerian Agama merupakan lembaga pemerintah yang membidangi urusan agama. Kementerian Agama dipimpin oleh Menteri Agama yang sejak tanggal 23 Desember 2020 dijabat oleh Yaqut Qholil Qoumas. Kementerian Agama mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang agama untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Kementerian Agama memiliki tugas tugas keagamaan yang berkenaan dengan Penguatan Moderasi Beragama, Transformasi Digital, Tahun Toleransi Beragama, Revitalisasi KUA, Religiosity Index, Kemandirian Pesantren, dan Cyber Islamic University.

---

<sup>3</sup> Kursiwi: "Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Semester V (Lima) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Fakultas Ilmu Tarbiah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri (UIN) Jakarta" (Jakarta: UIN Jakarta, 2016)

Media sosial humas pada praktiknya memiliki keterkaitan dengan ilmu komunikasi karena keduanya merupakan satu kesatuan yang utuh dan mata rantai yang menunjang kegiatan humas. Karena humas merupakan metode ilmu komunikasi sebagai salah satu kegiatan yang mempunyai kaitan kepentingan dengan suatu organisasi.<sup>4</sup>

Secara struktural, keberadaan media sosial Humas merupakan bagian penting dari sebuah lembaga. Hal ini membuktikan bahwa humas merupakan salah satu fungsi manajemen dalam sebuah lembaga. Praktisi Humas berperan melakukan komunikasi timbal balik yang bertujuan menciptakan rasa saling menghargai, saling mempercayai, menciptakan *good will*, mendapat dukungan publik, tentu semua itu demi tercapainya citra positif bagi suatu lembaga.<sup>5</sup>

Media sosial hubungan masyarakat berperan membentuk opini publik menuju opini yang lebih baik, terutama dalam mengembangkan persepsi terbaik sebuah lembaga. Media sosial humas bertugas untuk dapat mempengaruhi cara pandang dan ciptakan citra yang diharapkan menciptakan citra yang baik atau publikasi yang positif merupakan prestasi sekaligus menjadi tujuan utama sebuah lembaga atau perusahaan terutama bagi aktivitas humas. Karena apabila citra positif telah di capai oleh suatu lembaga, maka hal ini akan mempengaruhi bagaimana tanggapan masyarakat terhadap lembaga Kementerian Agama Republik

---

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Ptaktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999), Cet Ke-XII, hal. 131.

<sup>5</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), hal. 35.

Indonesia itu sendiri dan berkaitan dengan rasa hormat atau kesan yang baik yang dapat menguntungkan terhadap citra lembaga itu sendiri.<sup>6</sup>

Saat ini maraknya situs pertemanan melalui media sosial yang di gandungi oleh jutaan orang di dunia juga mampu memicu perubahan kualitas pergaulan di mata publik, khususnya para remaja. Remaja menggunakan media sosial sebagai bagian dari perkembangan menuju dewasa.<sup>7</sup> Instagram adalah salah satu contoh aplikasi sosial media yang hampir semua kalangan remaja pasti memilikinya. Instagram adalah aplikasi hiburan online yang digunakan untuk berbagi video, foto, serta data sebagai arsip atau melakukan interaksi secara tidak langsung dengan pengguna lain. Penggunaan utama instagram adalah untuk mengunggah foto atau video dan mendapatkan informasi tentang berita, gaya hidup, tips, kuliner, dan lain sebagainya. Dengan demikian banyak sekali remaja yang menggunakannya, karena tren di instagram mengikuti jaman.

Di lansir dari goodstats.id bahwa peringkat kedua *platform* media sosial terbesar di dunia pada saat ini yaitu Instagram. Menurut data *We Are Social*, pengguna aktif bulanan (*Montly Active User/MAU*) Instagram di seluruh dunia mencapai 1,4 miliar orang pada April 2022.

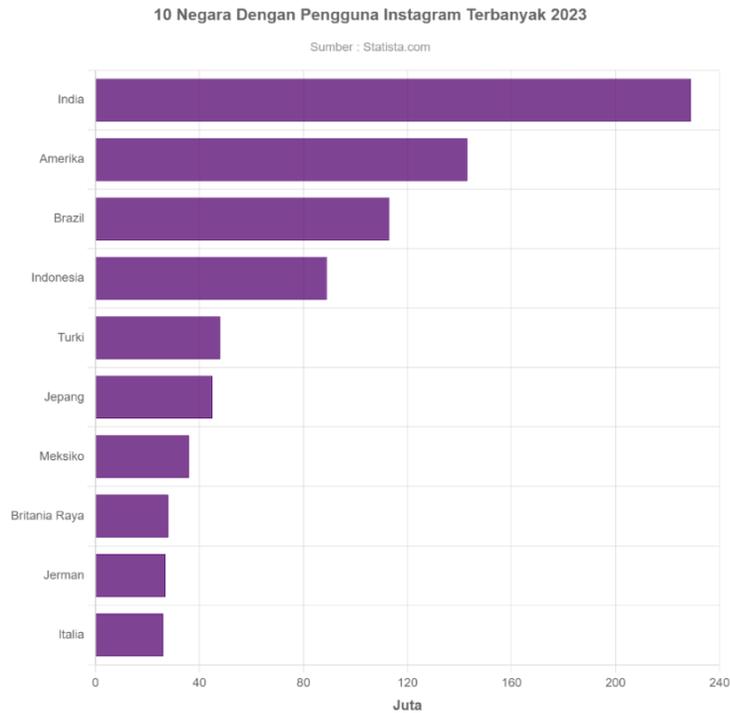
---

<sup>6</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: Konsepsi Dan Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), Edisi Revisi, hal. 35.

<sup>7</sup> Anggi Mutiara Rangkuti, dkk: Jurnal, Artikel. “*Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya hidup dan Social Character Dalam Interaksi Sosial Remaja Zaman Now*” (Jawa Barat: Universitas Singaperangsa Karawang, 2017

### Gambar 1.1

## Data 10 Negara dengan Penggunaan Instagram Terbanyak 2023



Berdasarkan data diatas Indonesia memiliki 89 juta pengguna aktif bulanan instagram pada Juli 2023, dan menduduki peringkat ke empat di dunia, Indonesia berada dibawah India, Amerika Serikat, dan Brazil.<sup>8</sup>

Diringkas dari Andi.link menurut *We Are Social* yang bekerja sama dengan Hootsuite, urutan penggunaan sosial media terbesar di Indonesia per Januari 2023 diduduki oleh WhatsApp pada posisi pertama dengan presentase 92,1 persen dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 88,7% (naik). Sedangkan Instagram, Facebook, Tiktok

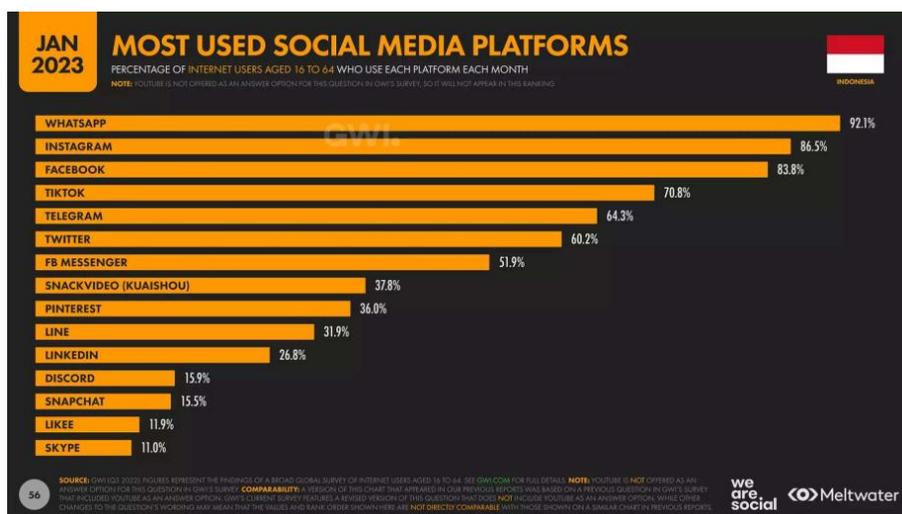
---

<sup>8</sup> <https://data.goodstats.id/statistic/elmaarmavillia/10-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-2023-URmtS>

membuntuti diposisi kedua hingga ke empat secara berturut-turut. Sebanyak 86,5 persen pengguna sosial media Indonesia mengaku sering menggunakan Instagram dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 84,8% (naik), 83,8 persen mengaku sering menggunakan Facebook dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 81,3% (naik), dan 70,8 persen mengaku sering menggunakan Tiktok dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 63,1% (naik pesat), 64,3 persen mengaku sering menggunakan telegram dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 62,8% (naik), 60,2 persen mengaku sering menggunakan twitter dari jumlah populasi, tahun sebelumnya 58,3% (naik).<sup>9</sup>

**Gambar 1.2**

### **Penggunaan Media Sosial Bulan Januari 2023 di Indonesia**



(Sumber: [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com))

<sup>9</sup> <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

Berdasarkan data tahun 2023 sebagaimana dipaparkan pada gambar diatas, pengguna instagram berada di urutan ke dua, sama dengan tahun lalu, hanya yang berbeda dari segi persen instagram memiliki 84,8 persen Januari 2022. Hal tersebut membuktikan bahwa instagram mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut didominasi oleh mahasiswa, karena banyak mahasiswa memiliki akun instagram yang digunakan secara aktif setiap harinya, bahkan satu orang bisa memiliki akun instagram lebih dari satu.

Berbagai latar belakang yang dapat tumbuh dari penggunaan Instagram khususnya di kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa apa yang ditampilkan di Instagram dapat menjadi gambaran dari pemilik akun, pencitraan pun dibangun sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhannya. Tidak dapat dipungkiri sikap dan perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh penggunaan Instagram. Seolah-olah Instagram adalah sebuah kompetisi, beberapa mahasiswa menjadi imajinatif, berlebihan, dan terus-menerus memamerkan miliknya. Namun, itu semua tergantung pada konten yang diminati dan digemari, karena apa yang seringkali dilihat bisa menjadi kebiasaan.<sup>10</sup>

Instagram merupakan satu dari banyaknya media sosial yang sangat populer untuk sekarang ini. Instagram menawarkan fitur berbagi foto atau video ke sesama penggunanya. Dengan kolom komentar yang berada di bagian bawah foto/video nantinya akan menghasilkan komunikasi dua arah ke sesama penggunanya,

---

<sup>10</sup> Rifqi Agianto, dkk, "Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Etika Remaja", vol.7, Jurnal teknologi informasi dan komunikasi, hal 131

dikolom tersebut para pengguna instagram dapat memberikan komentar terkait foto/video yang telah di upload.<sup>11</sup>

Penggunaan media sosial khususnya instagram oleh Instansi Pemerintah Pusat dapat menjangkau langsung dan cepat kepada semua pihak. Melalui media sosial dapat memberikan kontribusi dan umpan balik secara terbuka, memberi komentar serta membagi informasi dalam waktu cepat dan tidak terbatas. Setiap foto atau video yang diposting memiliki tema yang berbeda-beda dan dijelaskan menggunakan caption serta tidak lupa mencantumkan hastag agar lebih mudah dicari oleh pengguna instagram lainnya. Media sosial instagram dengan nama akun @kemenag\_ri memiliki jumlah follower sebanyak 1.000.000 pada tanggal 19 November 2023 yang terdiri dari masyarakat Indonesia, humas instansi pemerintah lain, dan lain sebagainya.

Oleh karena pentingnya suatu citra instansi pemerintah, maka penelitian ini ditujukan untuk mengetahui kegiatan publikasi media sosial instagram pada pemerintah Republik Indonesia melalui follower akun tersebut. Dengan penggunaan media sosial instagram sebagai bentuk keterbukaan informasi publik yang dijalankan oleh humas instansi pemerintah dalam menghadapi semua masalah yang beredar serta menanamkan citra positif di masyarakat.

Pengolahan dan penggunaan media sosial pada hubungan masyarakat Kementerian Agama Republik Indonesia memiliki tugas dan tantangan yang cukup berat. Tentu pengelolaan media sosial humas berperan penting dalam membangun persepsi positif

---

<sup>11</sup> [www.detik.com/](http://www.detik.com/) diakses pada tanggal 10 April 2024 pukul 06.07 WIB

dan kepercayaan publik terhadap lembaga Kementerian Agama Republik Indonesia.

Dari pemaparan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul, **“KEGIATAN PUBLIKASI KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA MELALUI INSTAGRAM @kemenag\_ri”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti akan menekankan masalah penelitian pada pertanyaan sebagai berikut:

1. Apa isi pesan di media sosial Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia?
2. Apa jenis informasi yang di publikasi melalui Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia?
3. Bagaimana hambatan-hambatan dalam publikasi kegiatan di media sosial Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini berdasarkan fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi isi pesan di media sosial Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia
2. Mengidentifikasi jenis informasi yang di publikasi melalui Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia

3. Mengidentifikasi hambatan-hambatan dalam publikasi kegiatan di media sosial Instagram Kementerian Agama Republik Indonesia

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan pengetahuan dan kontribusi positif bagi ilmu komunikasi terutama dibidang humas berkaitan dengan kegiatan peran Penggunaan Media Sosial Instagram pada lembaga negara dalam membangun persepsi positif lembaga.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran jelas mengenai peran Penggunaan Media Sosial Instagram untuk Publikasi Kementerian Agama Republik Indonesia dalam membangun persepsi positif lembaga dan hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi praktisi Humas Kementerian Agama Republik Indonesia dalam membangun persepsi positif lembaga.

#### **E. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Untuk lebih fokus dan tersusun dalam melakukan penelitian, Penulis menjadikan penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan dan pelengkap data-data penelitian. Adapun penelitian-penelitian tersebut diantaranya:

**Pertama:** Skripsi oleh Rahma Ari Citra (2021) mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Humas, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, berjudul *“Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Lembaga (Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi)”*, dan menggunakan metode penelitian Kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan pengelolaan media sosial instagram di Kota Sukabumi dalam membangun citra lembaga pada Dinas Komunikasi dan Informatika. Adapun persamaan penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial instagram. Kemudian perbedaan penelitian ini membahas tentang lembaga Dinas Komunikasi dan Informatika di Kota Sukabumi, sedangkan yang dilakukan penulis sekarang ini membahas tentang lembaga Kementerian Agama Republik Indonesia.

**Kedua:** Skripsi oleh Muhison Salafudin (2019) mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, berjudul *“Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi pada Taman BacaWidya Pustaka Kabupaten Pematang”*, dan menggunakan metode penelitian Kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini menggunakan pemanfaatan taman baca melalui media sosial instagram sebagai sarana promosi. Adapun persamaan penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial instagram. Kemudian perbedaan penelitian ini membahas tentang Taman Baca di Kabupaten Pematang, sedangkan yang dilakukan

penulis sekarang ini membahas tentang lembaga Kementerian Agama Republik Indonesia.

**Ketiga:** Skripsi oleh Khoirunnisa Aulia Suryaningrum (2019) mahasiswi program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gajah Mada, berjudul *“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Humas Pemerintah Kota Magelang (Studi Kasus Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik Kota Magelang)”*, dan menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Kesimpulan dari penelitian ini penggunaan media sosial instagram oleh humas efektif dalam menyebarkan informasi terkait kegiatan atau program dan kebijakan pemerintah. Adapun persamaan penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial instagram. Kemudian perbedaan penelitian ini membahas tentang lembaga Pemerintah Kota Magelang, sedangkan yang dilakukan penulis sekarang ini membahas tentang lembaga Kementerian Agama Republik Indonesia.

**Keempat:** Skripsi oleh Kevin Azaria Intan (2018) mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma Tangerang, berjudul *“Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma”*, dan menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Kesimpulan dari penelitian ini ini memfokuskan kepada motif kognitif dan motif afektif penggunaan media sosial Instagram dikalangan mahasiswa, penelitian ini menjelaskan bahwa motif kognitif penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa menunjukkan adanya pemenuhan

kebutuhan informasi berasal dari pertukaran informasi (sharing) yang menjadi sisi menarik Instagram, sedangkan motif afektif penggunaan media sosial Instagram ditunjukkan melalui keinginan untuk mendapatkan pengalaman baru berdasarkan konten orang lain, keinginan untuk menerima tanggapan atas konten yang diunggah, keinginan untuk mengenali citra pemilik akun, dan keinginan akan keamanan berupa rasa tenang saat menggunakan Instagram. Adapun persamaan penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial instagram. Kemudian perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi, metode penelitian, dan fokus pembahasan. Penelitian ini membahas tentang Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma Tangerang, sedangkan yang dilakukan penulis sekarang ini membahas tentang lembaga Kementerian Agama Republik Indonesia.

**Kelima:** Skripsi oleh Amalia Nurul I'tikoh (2018) mahasiswi program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, berjudul "*Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kebumen*", dan menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Kesimpulan dari penelitian ini penggunaan media sosial instagram oleh humas kebumen efektif dalam menyebarkan informasi terkait kegiatan atau program dan kebijakan pemerintah, menampung dan mengelola aspirasi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik guna menjaga citra dan reputasi pemerintah. Adapun persamaan penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial instagram. Kemudian perbedaan penelitian ini membahas

tentang lembaga Pemerintah Kabupaten Kebumen, sedangkan yang dilakukan penulis sekarang ini membahas tentang lembaga Kementerian Agama Republik Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Penelitian Terdahulu yang Relevan**

No.	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Rahma Ari Citra	“Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Lembaga (Studi Deskriptif pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi)”	Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu keduanya menggunakan media sosial Instagram sebagai subjeknya, dan menjadikan lembaga sebagai objeknya.	Penelitian ini juga memiliki Perbedaan yaitu terletak pada lokasi, dan fokus pembahasan.
2.	Muhison Salafudin	“Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana	Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti	Perbedaan ini terletak pada lokasi penelitian, fokus

		Promosi pada Taman BacaWidya Pustaka Kabupaten Pemalang”	media sosial instagram.	pembahasan, objek dan subjek penelitiannya.
3.	Khoirunnisa Aulia Suryaningrum	“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Humas Pemerintah Kota Magelang (Studi Kasus Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Publik Kota Magelang)”	Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti media sosial instagram, dan meneliti lembaga pemerintah.	Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.
4.	Kevin Azaria	“Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan	Persamaan keduanya membahas media sosial instagram	Perbedaan nya yaitu lokasi penelitian, metode

		Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma”		penelitian dan teknik pengumpulan data yang diterapkan pada penelitian ini.
5.	Amalia Nurul I'tikoh	“Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kebumen”	Persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti media sosial instagram, dan meneliti lembaga pemerintah.	Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

## F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, diperlukan sistematika pembahasan yang terdiri dari sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN:** Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI:** Bab ini berisikan kajian teoritis yang menjelaskan tentang

pengertian komunikasi massa, media massa, media sosial, media sosial instagram. Serta menjelaskan landasan teori yang diterapkan oleh peneliti yaitu teori media baru.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN:** Bab ini membahas terkait metode yang diterapkan dalam meneliti topik yang telah ditentukan, terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

**BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN:** Bab ini berisi mengenai uraian tentang gambaran umum lokasi penelitian, hasil temuan peneliti dan analisis dari masalah peneliti.

**BAB V KESIMPULAN:** Bab ini adalah bab terakhir dalam rangkaian penelitian yang mencakup tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari implementasi penelitian.