

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu, penelitian ini memaparkan hasil penelitian yang memiliki kaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Penelitian sebelumnya digunakan untuk menjadi referensi awal dan bahan perbandingan dalam penelitian ini, sehingga dapat ditemukan bahwa penelitian yang dilakukan berbeda dengan penelitian terdahulu. Karya – karya penelitian yang dijadikan studi literatur adalah sebagai berikut:

2.1.1. Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar

Penelitian terdahulu pertama dilakukan oleh Tresia Monica Tinambunan, Chontina Siahaan dari Universitas Kristen Indonesia dengan jurnal judul “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam manfaat dari media Youtube bagi para pelajar dan penggunaan media sosial Youtube sebagai tempat untuk membagikan materi pelajaran. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data mencakup penelitian jenis kepustakaan. Data yang digunakan dalam pentingnya penelitian ini adalah data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelajar yang memanfaatkan Youtube sebagai media komunikasi massa sangat mempermudah dalam mencari informasi atau pengetahuan yang diperlukan dan pelajar lebih mudah memahami materi yang terdapat dalam video dibanding materi yang disampaikan secara langsung oleh guru atau dosen baik secara daring ataupun tatap muka karena video yang ada pada aplikasi Youtube bisa diputar ulang kapan saja untuk mempelajari kembali bahan ajaran yang disampaikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti yaitu terletak pada kajian yang dibahas, dalam penelitian yang dilakukan oleh Tresia Monica Tinambunan Chintona Siahaan, mengkaji dan memfokuskan pada Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan

Pelajar, sedangkan kajian yang peneliti kaji ialah fokus pada Peranan Media Youtube Sebagai Sarana Edukasi Bagi Siswa Siswi SMP.

2.1.2. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Youtube Terhadap Kemandirian Belajar Siswa Kelas Ix Smp Negeri 2 Pontianak

Penelitian terdahulu kedua dilakukan oleh Maria Marselina, Muhammad Asrori, Luhur Wicaksono dari Universitas Tanjungpura Pontianak dengan jurnal judul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Youtube Terhadap Kemandirian Belajar Siswa Kelas Ix Smp Negeri 2 Pontianak” Penelitian ini berisi pengaruh penggunaan media sosial Youtube terhadap pembelajaran kemandirian siswa kelas IX SMP Negeri 2 Pontianak. Masalah umum dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan media sosial Youtube terhadap kemandirian belajar siswa kelas IX SMP Negeri 2 Pontianak. Sub permasalahannya adalah Kegunaan media sosial Youtube untuk apa siswa kelas IX SMP Negeri 2 Pontianak, Apa itu kemandirian belajar siswa kelas IX SMP Negeri 2 Pontianak, Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Youtube terhadap kemandirian belajar siswa kelas IX SMP Negeri 2 Pontianak. Masalah umum dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran umum dan mendeskripsikan pengaruh penggunaan media sosial Youtube terhadap siswa. Metode dalam hal ini penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan bentuk penelitian yang digunakan yaitu survei. Itu Subjek penelitian adalah siswa kelas IX yang berjumlah 45 orang. Teknik dan alat yang digunakan dalam penelitian adalah komunikasi tidak langsung dengan kuesioner. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti yaitu terletak pada kajian yang dibahas, dalam penelitian yang dilakukan oleh Maria Marselina, Muhammad Asrori, Luhur Wicaksono, mengkaji tentang Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Youtube Terhadap Kemandirian Belajar Siswa Kelas IX Smp Negeri 2 Pontianak, sedangkan kajian yang peneliti kaji ialah fokus pada Peranan Media Youtube Sebagai Sarana Edukasi Bagi Siswa-Siswa SMP.

2.1.3. Pemanfaatan Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran

Dalam Keterampilan Sosial

Penelitian terdahulu ketiga dilakukan oleh Endang Astuti dari Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan judul jurnal “Pemanfaatan Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam 8 Keterampilan Sosial” Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah wawasan bahwasanya sosial media sangatlah penting sehingga bukan hanya sebagai sebuah hiburan tetapi juga dapat sebagai bahan ajar. Teknik pengumpulan data ini menggunakan studi literatur dengan melakukan pengumpulan studi literatur yang memiliki relevansi dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan untuk menunjang artikel yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. Sehingga diharapkan dapat menggugah kesadaran bahwasanya sosial media dapat sebagai sebuah bahan ajar. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti yaitu terletak pada kajian yang dibahas, dalam penelitian yang dilakukan oleh Endang Astuti, mengkaji tentang Pemanfaatan Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam Keterampilan Sosial sedangkan kajian yang peneliti kaji ialah fokus pada Peranan Media Youtube Sebagai Sarana Edukasi Bagi Siswa-Siswa SMP.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar	Tresia Monica Tinambunan, Chontina Siahaan	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelajar yang memanfaatkan Youtube sebagai media komunikasi massa sangat mempermudah dalam mencari informasi atau pengetahuan yang diperlukan dan pelajar lebih	Kajian yang di bahas	Metode dan objek penelitian

				mudah memahami		
2	Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Youtube Terhadap Kemandirian Belajar Siswa Kelas Ix Smp Negeri 2 Pontianak	Maria Marselina, Muhammad Asrori, Luhur Wicaksono	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan memperoleh gambaran umum dan mendeskripsikan pengaruh penggunaan media sosial Youtube terhadap siswa.	Kajian yang dibahas	Metode dan objek penelitian
3	Pemanfaatan Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam Keterampilan Sosial	Endang Astuti	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian ini memberikan sebuah wawasan bahwasanya sosial media sangatlah penting sehingga bukan hanya sebagai sebuah hiburan tetapi juga dapat sebagai bahan ajar.	Kajian yang dibahas	Metode dan objek penelitian

2.2. Pengertian Komunikasi

Istilah Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah *sama makna*.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau simbol yang mengandung makna dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan tertentu. Jadi dalam komunikasi ada proses. Setiap proses mengandung makna yang bergantung pada pemahaman dan pemahaman kesadaran komunikasi dan menimbulkan efek tertentu, oleh karena itu, komunikasi akan efektif dan tepat

sasaran. Komunikasi akan tercapai jika masing-masing pihak turut serta memiliki persepsi yang sama tentang simbolisme (Ryan et al., 2013)

Akan tetapi, pengertian komunikasi yang dipaparkan di atas sifatnya dasarnya, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informatif*, yakni agar orang lain mengerti dan tahu tetapi juga *persuasif*, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain.

Carl I Hovland mengatakan, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Definisi Hovland diatas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga persentuhan pendapat umum (public opinion) dan sikap publik (public attitude) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*) (David et al., 2017)

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi seringkali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- Komunikator (*Communicator, Source, Sender*)
- Pesan (*Message*)
- Media (*Channel, Media*)
- Komunikan (*Communicant, Communicatee, Receiver, Recipient*)

- Efek (*Effect, Impact, Influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Miftah, 2019).

Harold Laswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan adalah menjawab pertanyaan: *Who Says What? In Which Channel? To Whom? With What Effect?* Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek (akibat) tertentu. Willbur Schramm mengatakan bahwa komunikasi selalu menghendaki adanya paling sedikit tiga unsur, yaitu: Sumber (Source), Pesan (Message), dan Sasaran (Destination). (Suhandang, 2010: 16).

Dari beberapa pengertian diatas dapat dirangkum bahwa komunikasi adalah suatu proses dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan media tertentu yang berguna untuk membuat pemahaman yang sama diantara mereka, informasi yang disampaikan dapat memberikan efek tertentu kepada komunikan

2.3. Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Bittner (Rakhmat, 2003:188) definisi komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Nasrullah, 2021)

Definisi komunikasi massa yang lebih rinci diberikan oleh Gerbner. Menurut Gerbner (1967) “Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi, secara teknologi dan kelembagaan, dari aliran pesan berkelanjutan yang paling banyak dibagikan dalam masyarakat industri. Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi. Teknologi dan institusi aliran pesan yang berkelanjutan dan sebagian besar dimiliki oleh anggota masyarakat industri (Rakhmat, 2003: 188).

Menurut definisi Meletzke, komunikasi massa adalah setiap jenis komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka kepada publik yang tersebar melalui penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah. Penggunaan media massa, serta sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang, menunjukkan karakteristik komunikasi massa (Rakhmat, 2003: 188). Istilah "disebar" menunjukkan bahwa penerima pesan, komunikan, tidak berada di satu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat.

Penggunaan media massa, serta sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang, menunjukkan karakteristik komunikasi massa, Istilah "disebar" menunjukkan bahwa penerima pesan, komunikan, tidak berada di satu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat.

Kompleksnya komunikasi massa dikemukakan oleh Severin & Tankard Jr., 1992: 3) dalam bukunya *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* yang definisinya diterjemahkan oleh Effendy sebagai berikut: “Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagai seni dan sebagian ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan *tape recorder* atau mencatat ketikan wawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik” (Nasrullah, 2021)

Joseph A. Devito, seorang ahli komunikasi lainnya, membuat definisi komunikasi massa yang pada intinya merupakan penjelasan tentang massa serta tentang media yang digunakannya. Devito mengemukakan definisinya dalam dua item yakni:

Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Kedua, komunikasi massa

adalah komunikasi. Dalam ilmu komunikasi pemasaran, iklan merupakan investasi untuk menjaga hubungan yang berkesinambungan antara perusahaan dan konsumennya (Herliani, 2015)

Menurut Ardianto dalam (Situmeang et al., 2015) komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Istilah Komunikasi Massa diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa sebagai kependekan dari media *of mass communication*. Massa mengandung pengertian orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama. Berlo (dalam wiryanto, 2005) mengartikan massa sebagai meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat-alat komunikasi massa atau orang-orang pada ujung lain dari saluran (Nasrullah, 2021).

2.3.1. Konsep Komunikasi Massa

(Nasution, 2016) Mengatakan salah satu perubahan teknologi baru itu menyebabkan dipertanyakannya kembali definisi komunikasi itu sendiri. Definisi komunikasi massa yang sebelumnya sudah cukup jelas komunikasi massa bisa didefinisikan dalam tiga ciri:

1. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen, dan anonim.
2. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
3. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar (Wright, 1959, hlm. 15).

2.3.2. Unsur-Unsur Komunikasi Massa

HaroId D. Lasswell (dalam Wiryanto, 2005) memformulasikan unsur-unsur komunikasi dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut "Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?"

1. Unsur *Who* (sumber atau komunikator). Sumber utama dalam komunikasi massa adalah lembaga atau organisasi atau orang yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi (*institutionalized person*). Yang dimaksud dengan lembaga dalam hal ini adalah perusahaan surat kabar, stasiun radio, televisi, majalah, dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud *institutionalized person* adalah redaktur surat kabar (sebagai contoh)
2. Unsur *Says What* (Pesan). Pesan-pesan komunikasi massa dapat diproduksi dalam jumlah yang sangat besar dan dapat menjangkau *audience* yang sangat banyak. Pesan-pesan itu berupa berita, pendapat, lagu, iklan dan sebagainya.
3. Unsur *In Which Channel* (saluran atau media). Unsur ini menyangkut semua peralatan yang digunakan untuk menyebarluaskan pesan-pesan komunikasi massa. Media yang mempunyai kemampuan tersebut adalah suratkabar, majalah, radio, televisi, internet, dan sebagainya.
4. Unsur *To Whom* (penerima atau *mass audience*). Penerima pesan-pesan komunikasi massa biasa disebut *audience* atau khalayak. Orang yang membaca surat kabar, mendengarkan radio, menonton televisi, browsing internet merupakan beberapa contoh dari *audience*.
5. Unsur *With What Effect* (Dampak). Dampak dalam hal ini adalah perubahan-perubahan yang terjadi di dalam diri *audience* sebagai akibat dari keterpaan pesan-pesan media. David Berlo (dalam wiryanto, 2005) Mengklasifikasikan dampak atau perubahan ini ke dalam tiga kategori, yaitu: perubahan dalam ranah pengetahuan; sikap; dan perilaku nyata. Perubahan ini biasanya berlangsung secara berurutan.

2.3.3. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Sedangkan ciri-ciri komunikasi massa menurut Elizabeth Noelle Neumann (Jalaluddin Rakhmat, 1994) adalah sebagai berikut:

1. Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis;
2. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi;
3. Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim;
4. Mempunyai public yang secara tersebar (Ngalimun et al., 2017)

2.4. Pengertian Media Massa

Media massa berasal dari bahasa Inggris "*mass*", yang berarti "kelompok atau kumpulan", dan "*medium*" adalah bentuk jamak dari "*medium*", yang berarti "tengah atau perantara." Menurut Cangara dalam (Saputra, 2011), media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke khalayak (menerima) dengan menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Sebaliknya, menurut Rakhmat dalam (Herliani, 2015), media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui pelaziman klasik, pelaziman operan, atau imitasi (belajar sosial). Media massa melakukan dua tugas: memenuhi kebutuhan fantasi dan informasi.

2.4.1. Jenis Dan Fungsi Media Massa

Saat ini, ada tiga kategori utama media massa:

- a) Media Cetak (*Printed Media*): Surat kabar, Tabloid, Majalah.

Media Cetak adalah media massa yang dicetak dalam lembaran kertas.

Dari segi format dan ukuran kertas, media massa cetak meliputi:

1. Koran atau surat kabar — ukuran kertas broadsheet atau 1/2 plano.
2. Tabloid — ukuran kertas 1/2 broadsheet.
3. Majalah — 1/2 tabloid atau kertas ukuran folio/kwarto.
4. Buku — ukuran kertas 1/2 majalah
5. Newsletter — folio/kwarto, jumlah halaman lazimnya 4-8.
6. Buletin — ukuran kertas 1/2 majalah, jumlah halaman lazimnya 4-8

- b) Media Elektronik (*Electronic Media*): Radio, Televisi, Film/Video

Media Elektronik adalah jenis media massa yang isinya disebarluaskan melalui suara (audio) atau gambar hidup (video) dengan menggunakan teknologi elektro, yakni radio, televisi, dan film.

Radio dan televisi disebut juga media penyiaran (*broadcast media*).

c) Media Cyber (*Cyber Media*): Website, Portal Berita, Blog, Media Sosial.

Media Online disebut juga Media Daring (Dalam Jaringan), Media Internet, atau Media Siber adalah media massa yang dapat kita temukan atau disajikan di internet (*situs web*) (Romeltea, 2012).

Untuk berkomunikasi melalui media massa, harus memiliki keterampilan atau keahlian seperti menulis (kemampuan menulis), jurnalistik, penyiaran dan pengumuman, editing, bahasa jurnalistik (bahasa media), dan editing foto, audio, dan video.

Menurut Harold D. Laswell seperti yang di fungsi utama media massa adalah:

- a) ***The Surveillance of the environment (Pengawasan lingkungan hidup)***. Artinya, media massa mempunyai fungsi sebagai pengamat lingkungan, atau dalam bahasa sederhana, sebagai pemberi Informasi tentang hal-hal yang berada diluar jangkauan penglihatan kepada masyarakat luas.
- b) ***The correlation of the parts of society in responding to the environment (Korelasi bagian-bagian masyarakat dalam menyikapi lingkungan)***. Artinya media massa berfungsi untuk melakukan seleksi, evaluasi dan interpretasi dari informasi. Dalam hal ini peranan media massa adalah melakukan seleksi mengenai apa yang perlu dan pantas untuk disiarkan. Pemilihan dilakukan oleh editor, reporter, redaktur yang mengelola media massa.
- c) ***The transmission of the social heritage from one generation to the next (Transmisi warisan sosial dari satu generasi ke generasi berikutnya)***. Artinya, media massa sebagai sarana untuk menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya dari satu generasi ke generasi yang lain. Umumnya

secara sederhana fungsi media massa ini dimaksudkan sebagai fungsi pendidikan (*educational function of mass media*) (Mithaaryani, 2018)

Ada empat fungsi dasar media massa yang digambarkan oleh Charles Wright (Ruben, 1992), yaitu sebagai berikut:

- a) **Pengamat lingkungan (*Surveillance*)**, Media memberikan pesan-pesan secara terus menerus melalui pemberitaan mereka yang memungkinkan anggota masyarakat menyadari perkembangan lingkungan yang dapat mempengaruhi mereka. Pengamat lingkungan juga memiliki fungsi pengawasan, yang memperingatkan masyarakat akan bahaya, misalnya angin topan atau polusi udara dan air.
- b) **Korelasi (*Correlation*)**, Media massa menghubungkan dan mengartikan pesan tentang peristiwa yang sedang terjadi. Fungsi korelasi membantu khalayak masyarakat menentukan relevansi berbagai informasi pengawasan apa yang berguna bagi mereka.
- c) **Sosialisasi (*Socialization*)**, Sebagian merupakan fungsi pengamat lingkungan dan korelasi; komunikasi melalui media massa mensosialisasikan individu-individu untuk berpartisipasi dalam masyarakat. Media massa memberikan berbagai pengalaman yang umum, harapan-harapan yang sama, perilaku yang sesuai maupun yang tidak sesuai, dan berkontribusi berbagai kreasi kebudayaan umum dan konsensus kebudayaan. Komunikasi dalam media massa juga memainkan sebuah peran penting dalam mentransmisikan warisan kebudayaan dari generasi ke generasi.
- d) **Hiburan (*Entertainment*)**, Media massa adalah sumber yang dapat menyediakan hiburan massa dan menyediakan hiburan dasar, serta menyiarkannya bagi khalayak masyarakat (Aneska Zoya Raveena, 2018).

2.4.2. Karakteristik Media Massa menurut Cangara (2010, 126-127):

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.

2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Walaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena ia memiliki kecepatan. Bergerak secara luas dan simultan, di mana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
4. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa (Apriadi Tamburaka, 2013).

2.5. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial di internet yang memungkinkan penggunanya berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten. Menurut Wikipedia, media sosial adalah sebuah media online di mana penggunanya dapat berkomunikasi, berinteraksi, mengirim pesan, berbagi, dan membangun jaringan. Media sosial juga termasuk jejaring sosial, wiki, forum, blog, dan dunia virtual lainnya.

Berdasarkan teori-teori sosial yang dikembangkan oleh Durkheim, Weber, Tonnies, maupun Marx, dapat disimpulkan bahwa media sosial bisa dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Karakteristik kerja komputer dalam Web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human cognition*) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antarindividu. Terakhir, dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat bagaimana manusia (*users*) bekerja sama (*human co-operation*) (Fuchs, 2008).

2.5.1. Karakteristik Media Sosial

Media sosial juga memiliki beberapa karakteristik menurut (Feri Sulianta 2015 :

7) yaitu :

1. **Transparansi:** Keterbukaan informasi karena konten media sosial ditunjukkan untuk konsumsi publik atau sekelompok orang.
2. **Dialog dan komunikasi:** Terjalin hubungan dan komunikasi interaktif menggunakan ragam fitur.
3. **Jejaring relasi:** Hubungan antara pengguna layaknya jaringan–jaringan yang terhubung satu sama lain dan semakin kompleks seraya mereka menjalin komunikasi dan terus membangun pertemanan.
4. **Multi opini:** setiap orang dengan mudahnya berargumen dan mengutarakan pendapatnya.
5. **Multi form:** Informasi disajikan dalam ragam konten.
6. **Kekuatan promosi online :** media sosial dapat dipandang sebagai alat yang dapat memunculkan peluang–peluang guna mewujudkan visi misi organisasi.

2.6. Pengertian Peranan

Soerjono Soekanto dalam (Rahmanda, 2015) menganggap peranan sebagai komponen yang selalu berubah dari kedudukan (status). Seseorang menjalankan suatu peranan apabila ia melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya.

Menurut Komarudin (2000: 768) dalam (Widiastuti, 2020) peranan adalah sebagai berikut: 1) bagian dari tugas utama yang harus dilakukan oleh manajemen; 2) pola perilaku yang dapat menyertai suatu status; 3) bagian dari fungsi seseorang dalam kelompok atau pranata; 4) fungsi yang diharapkan dari seseorang atau menjadi karakteristik yang ada padanya; dan 5) fungsi setiap variabel dalam hubungan sebab akibat.

Biddle dan Thomas dalam (Ma'wah, 2017) Mengatakan bahwa peranan adalah serangkaian rumusan yang membatasi perilaku-perilaku yang diharapkan dari pemegang kedudukan tertentu dan ia memberikan skema untuk

mengklasifikasi peran-peran yang tidak terbatas jumlahnya kedalam golongan-golongan yang mudah dimengerti, contohnya perilaku ibu dalam keluarga diharapkan bisa memberikan anjuran, memberikan penilaian, memberi sanksi, dan lain-lain. Biddle dan Thomas membagi istilah peran dalam teori peran kedalam empat golongan: Pertama, orang-orang yang mengambil bagian dalam interaksi sosial. Orang yang mengambil bagian dalam interaksi sosial dibagi menjadi dua golongan: Aktor (pelaku) yaitu orang yang sedang berperilaku menurut suatu peran tertentu. Target (sasaran) atau orang lain, yaitu orang yang mempunyai hubungan dengan aktor dan perilakunya. Teori peran dapat ditetapkan untuk menganalisis setiap hubungan antar dua orang atau antar banyak orang.

2.7. Media Sosial sebagai Sarana Edukasi

Di dalam proses belajar mengajar terdapat media-media yang dapat dipakai untuk mencapai tujuan pembelajaran yaitu, media informasi pendidikan dan media pembelajaran. Konsep media pembelajaran ini diterapkan dalam institusi pendidikan atau sekolah, sementara media informasi digunakan sebagai pemberi informasi yang sempurna tanpa perbedaan makna agar penerima informasi dapat memahaminya dengan benar.

Media pembelajaran memiliki arti yang sama dengan media pendidikan, yaitu suatu alat, teknik, atau metode yang dipakai dalam proses peningkatan keefektifitasan komunikasi dan hubungan antara guru dan siswa dalam proses pembelajaran di sekolah.

Pengguna internet dan media sosial makin populer di mana-mana dan komunikasi yang terjadi dalam konteks online memajukan dialog interaktif yang mampu membangun saling pengertian antara kebudayaan yang berbeda di tengah masyarakat internasional (Shoelhi: 2015). Generasi millennial di Indonesia beradaptasi dengan sangat cepat terhadap perkembangan teknologi yang saat ini ada, terutama di usia remaja. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika di pusat keramaian, remaja milenial paling tidak menggunakan alat digital dengan tujuan memudahkan segala aktivitas kehidupan mereka. Daya tarik media sosial ini sangat kuat untuk semua kalangan, apalagi kalangan generasi millennial (Ainiyah:

2018). Media sosial menjadikan proses pembelajaran memiliki karakteristik yang unik yang menjadikan siswa tidak hanya dibatasi untuk belajar di kelas, tetapi mereka dapat belajar kapan saja dan dimana saja yang paling nyaman bagi mereka (Sajdah Dkk: 2022). Motivasi dan kegembiraan siswa dapat meningkat ketika media sosial digunakan sebagai alat pembelajaran, sehingga membuat pembelajaran lebih berhasil dan menyenangkan (Romadhona and Anistyasari 2020). Selain itu, salah satu manfaat media sosial adalah mudah dapat diakses dari berbagai lokasi, sehingga memudahkan siswa untuk menemukan sumber konten pendidikan dan menyelesaikan tugas yang diberikan oleh guru (Bambang Dkk: 2022). Siswa memiliki kesempatan untuk mencari dan menemukan inspirasi untuk desain dan sumber daya tambahan untuk materi pendidikan melalui media sosial. Mereka mengakui bahwa media sosial dan internet menawarkan berbagai sumber tambahan yang dapat menginspirasi orang untuk berkarya (Rofiah et al: 2022). Remaja milenial memiliki kecenderungan untuk selalu mencari hal baru dan mengeksplor segala sesuatu dalam proses pengembangan dirinya melalui cara memanfaatkan alat-alat yang support secara bijak. Walaupun ada kemampuan yang mengarahkan kepada yang buruk dan menyimpang, namun perkembangan pola pikir remaja sekarang juga bisa mengarah ke kehidupan yang positif meskipun dihadapkan dengan segala tantangan yang sangat kuat di zaman sekarang.

Sosial media telah membentuk sebuah dunia baru bagi remaja millennial, terutama dalam pola pikir dan interaksi mereka. Pada bidang pendidikan, sebagai pelajar, mereka mencari media yang dapat membantu proses pembelajaran. Sosial media sudah memberikan jawaban terhadap tantangan tersebut dengan menyediakan berbagai informasi edukatif dari berbagai bidang. Diantaranya fitur edukatif dari sosial media yang tidak asing selalu digunakan oleh remaja millennial adalah Wikipedia, yang dianggap sebagai ensiklopedia pengetahuan paling lengkap di dunia maya.

Ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur edukatif Wikipedia yang disediakan oleh media sosial sangat bermanfaat bagi kalangan pelajar, terutama remaja millennial dalam memenuhi kepentingan akademik mereka. Seperti yang

dijelaskan sebelumnya, sebagai sumber informasi yang edukatif, penggunaan fitur media sosial membuktikan bahwa media sosial dapat membawa perubahan yang baik dalam melaksanakan pendidikan secara keseluruhan. Terlihat bahwa hal ini sosial media memiliki pengaruh yang besar terhadap dunia pendidikan dan memberikan pengaruh positif untuk perkembangan mindset remaja milenial yang memperhatikan karir edukasi mereka. Selain Wikipedia, terdapat beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung perkembangan mindset remaja millennial di antaranya, pembelajaran elektronik seperti E-Learning, kamus digital, serta fitur lainnya.

Perkembangan teknologi masa kini juga memberikan kemudahan bagi para penggunanya maka dari itu masyarakat khususnya remaja dapat memanfaatkan untuk memudahkan dan membantu dalam kebutuhan sehari harinya. Ada beberapa platform yang digunakan di kalangan milenial yaitu:

a. Instagram

Instagram adalah situs jejaring sosial yang sangat dicari dan digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk orang dewasa dan remaja. Ponsel, laptop, dan beberapa perangkat lain yang dapat mengakses dan memanfaatkan Instagram. Dengan kata lain, Instagram dapat diakses kapan saja dan dari mana saja. Dengan menggunakan platform ini, seseorang dapat mempublikasikan foto atau video yang akan dilihat oleh banyak orang. Media sosial memiliki dampak yang signifikan di era modern teknologi ini, terutama di kalangan anak muda. Instagram adalah platform populer untuk belajar di kalangan siswa. Penggunaan Instagram sebagai media informasi merupakan tren menarik. Media sosial masih terus berkembang dan kini banyak digunakan oleh anak muda (Pitaloka, Aprilizdihar, and Dewi: 2021).

Instagram menawarkan cara untuk belajar mandiri. Strategi berikut dapat digunakan untuk memaksimalkan Instagram yaitu: gunakan komponen visual dan musik dalam postingan untuk melibatkan siswa dengan sumber belajar yang menarik, posting video pembelajaran secara online untuk dilihat dan dikomentari oleh siswa, streaming pelajaran secara langsung untuk memberikan penjelasan konten yang jelas (Budiman: 2022).

b. Twitter

Salah satu platform yang sangat populer di kalangan anak muda adalah Twitter. Twitter digunakan untuk berbagai macam hal, termasuk konten motivasi, ayat-ayat, kutipan, dan pembelajaran. Twitter digunakan secara luas di banyak negara. Seseorang dengan cepat tertarik pada aplikasi ini, terutama kalangan muda. Agar media sosial dapat memberikan manfaat bagi pengguna media sosial secara umum, maka mahasiswa berperan penting dalam perkembangannya. Karena kemudahannya, Twitter sering digunakan sebagai sarana pembelajaran selain sebagai platform untuk berinteraksi dengan banyak orang. Banyak mahasiswa menggunakan aplikasi Twitter untuk mengirim pertanyaan, kritik, dan informasi bermanfaat lainnya. Twitter juga merupakan alat yang berguna bagi mahasiswa untuk mengirim pemikiran kritis kepada pengguna aplikasi tersebut. Banyak mahasiswa menggunakan Twitter karena penggunaannya yang sederhana dan efektif. Selain kemudahan penggunaannya, tren yang di Twitter menjadi alasan utama mahasiswa menggunakannya.

c. Youtube

Secara umum, pengguna Youtube memanfaatkan situs tersebut tidak hanya untuk hiburan tetapi juga untuk mendapatkan informasi dan untuk memenuhi tuntutan pendidikan mereka. Youtube memiliki potensi yang sangat besar dalam bidang pendidikan sebagai salah satu platform media sosial paling populer di kalangan pelajar. Youtube adalah alat pembelajaran yang dapat diterapkan dalam pendidikan. Siswa dapat mengakses dan berbagi pengetahuan dan konten berbasis praktik dengan mudah menggunakan situs berbagi video ini. Faktor kunci dalam menghasilkan sumber daya manusia yang unggul adalah pendidikan.

Salah satu platform media sosial yang kini berkembang pesat di kalangan anak-anak adalah Youtube. Manfaat Youtube adalah mudah diakses di tablet, smartphone, laptop, dan PC desktop. Selama siswa memiliki perangkat seperti laptop atau gadget dan terdapat koneksi internet yang cukup di dekatnya, mereka dapat mengakses Youtube dari mana saja dan kapan saja (Nursobah: 2021).

d. Tiktok

TikTok adalah situs jejaring sosial Tiongkok dan aplikasi video musik yang pertama kali dirilis pada September 2016 (Fitriani: 2021). Orang sering menggunakan platform video TikTok untuk merekam video di perangkat seluler mereka. Video di TikTok hanya berdurasi beberapa detik, mulai dari 15 detik hingga satu menit, dan aplikasi ini sekarang sedang tren. TikTok digunakan oleh banyak orang karena menawarkan pengalaman yang menyenangkan. Karena itu, pengguna di Indonesia lebih sering menggunakan TikTok (Devi: 2022).

2.8. Platform YouTube

Youtube adalah sebuah situs web *video sharing* (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di Youtube adalah klip music (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Format yang digunakan video-video di Youtube adalah mp4 yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki plugin Flash Player. Youtube didirikan pada Februari 2005 oleh tiga bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley pernah belajar tentang reka bentuk di Universitas Indiana Pennsylvania. Sementara itu, Chen dan Karim sama-sama belajar komputer sains di Universitas Illinois di Urbana-Champaign.

Youtube memungkinkan siapa saja dengan koneksi internet untuk mengunggah video dan penonton dari seluruh penjuru dunia dapat menikmatinya hanya dalam beberapa menit video menjadi salah satu bagian yang penting dalam kultur berinternet. Pada 9 Oktober 2006. Youtube dibeli Google dengan harga US\$ 1,65 miliar. Pada awal April 2008 beberapa ISP Indonesia menutup akses ke beberapa situs web termasuk Youtube karena memuat film *Fitna*. Awalnya pemblokiran berupa pemblokiran sepenuhnya terhadap seluruh situs web, namun kemudian diubah menjadi pemblokiran terhadap URL tertentu yang memuat video tersebut saja.

Di Indonesia, dampak sosial dari Youtube terlihat dari munculnya artis dadakan. Seperti contohnya: Briptu Norman dengan lipsync lagu *Chaiyya*

Chaiyya dan Shinta dan Jojo dengan lagu lipsync lagu *Keong Racun*. Menurut Funco Talipu, Sosiolog dari Universitas Negeri Gorontalo, Video lipsync Briptu Norman mendadak menjadi bahan perbincangan karena momentumnya pas di saat citra Polri terpuruk. Ini menarik karena di pakai baju polisi, mungkin kalau tidak pakai baju polisi tidak akan menarik perhatian. Sementara itu, kepopuleran video lipsync Shinta dan Jojo dikarenakan syair lagu *Keong Racun* yang menggelitik, serta gaya Shinta dan Jojo yang kepala dan tangannya bergoyang mengikuti irama music. Kemudian Ayu Ting-Ting dengan lagu *Alamat Palsu*.

Popularitas Youtube Hingga saat ini , Youtube merupakan salah satu situs web terbesar di dunia dengan lebih dari 2,68 miliar pengguna aktif bulanan (Statista). Keberhasilan Youtube tidak hanya ditentukan oleh jumlah penggunanya tetapi juga karena keberagaman kontennya. Pengguna dapat menemukan segala jenis video mulai dari musik , vlog , tutorial , film pendek hingga klip lucu atau meme viral . Selain itu, Youtube juga menyediakan kesempatan bagi kreator konten untuk mendapatkan pendapatan melalui iklan atau fitur monetisasi lainnya.

Burgess & Green menyatakan Dampak Youtube dalam Budaya Populer Youtube telah membawa perubahan besar dalam budaya populer. Platform ini memberikan kemampuan kepada individu untuk menjadi kreator konten yang sukses dan mendapatkan pengikut global. Banyak selebriti internet muncul dari Youtube, seperti PewDiePie , Jenna Marbles , dan Dude Perfect . Selain itu, Youtube juga mempengaruhi trend, musik, dan bahkan politik (Apriadi Tamburaka, 2013)

2.8.1. Dampak Penggunaan Youtube

Sudah semestinya bahwa setiap teknologi, apapun bentuknya, pasti memiliki dampak yang baik dan buruk. Begitu juga dengan Youtube, itu juga memiliki dampak positif dan negative. Sekarang ini Youtube sangat populer sekali karena memiliki banyak manfaat dan kemudahan bagi pengunjungnya. Berikut kelebihan dan kekurangan dari Youtube (Munasiatul Ifadah: 2019) :

1. Kelebihan

- a. Dengan Youtube kita bisa melihat dan mengambil berbagai video yang belum kita lihat di TV sebelumnya, sehingga kita tidak melewatkan informasi maupun infotainment.
- b. Di dalam Youtube Terdapat menu “search” sehingga apabila kita memasukkan nama atau jenis video yang mau diambil maka secara otomatis dan cepat akan muncul video yang kita inginkan.
- c. Di Youtube terdapat berbagai jenis format video yang bisa kita pilih sesuai dengan aplikasi pemutar video yang kita punya.
- d. Gambar video di Youtube sudah bagus sehingga kita nyaman dan jelas apabila kita menontonnya.

2. Kekurangan

- a. Apabila koneksi internet kita lagi lama atau lemot, maka dalam pengambilan video di Youtube pun akan terganggu dan mungkin kita akan menunggu terlalu lama.
- b. Video di dalam Youtube umumnya memiliki ukuran atau kapasitas sangat besar.
- c. Youtube tidak menyediakan aplikasi pengambilan video di website, sehingga kita harus mencari aplikasi lain seperti keepvid dan Youtube downloader.
- d. Youtube menyediakan fasilitas upload video bagi siapa saja, sehingga disini dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Contohnya saja upload video porno dan video tentang penghinaan terhadap golongan tertentu.

Adapun dampak positif Youtube bagi siswa sebagai berikut (Rahayu: 2020)

1. Ketika siswa selesai menonton Youtube dia merasa termotivasi atau terinspirasi dari tontonan Youtube tersebut seperti memperkuat sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang.
2. Mempermudah komunikasi dengan kerabat di tempat yang jauh.
3. Mendapatkan info-info tertentu dengan mudah.
4. Menjadi sarana untuk berdiskusi dengan teman-teman.

5. Sebagai sarana untuk promosi.
6. Sarana dakwah memberikan ilmu pengetahuan seperti tentang keagamaan ataupun lainnya.

Sementara dampak negatif Youtube bagi siswa, antara lain (Rahayu: 2020) :

1. Ketika siswa selesai menonton Youtube dengan konten dewasa timbul pemikiran yang buruk seperti, mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang.
2. Menimbulkan gangguan kesehatan seperti mata minus karena terlalu lama pemakaian media sosial.
3. Timbulnya rasa malas karena mengandalkan internet.
4. Para pelajar lebih sering menggunakan waktunya untuk melihat berita dari media sosial daripada di buku atau koran, terkadang juga berita yang disebarkan di media sosial belum tentu kebenarannya.
5. Menghamburkan uang untuk membeli kuota agar bisa mengakses Youtube. Sebagai ruang publik, Facebook dinobatkan sebagai representasi ruang publik baru.

Keberadaannya menjadi wahana untuk melakukan proses aktivitas berkomunikasi. Sarana opini publik, karena dianggap bisa memuaskan hasrat setiap manusia untuk menyalurkan dan mengimplementasikan ide, ego dan super egonya melalui media maya yang sederhana tapi berkualitas.

2.9. Pengertian Edukasi

Edukasi adalah penambahan pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui teknik praktik belajar atau instruksi dengan tujuan untuk mengingat fakta atau kondisi nyata. Hal ini dilakukan dengan cara memberi dorongan terhadap pengarahan diri (*self direction*), aktif memberikan informasi atau ide baru.

Edukasi merupakan serangkaian upaya yang ditujukan untuk mempengaruhi orang lain, mulai dari individu, kelompok, keluarga dan masyarakat agar terlaksananya perilaku hidup. Definisi di atas menunjukkan bahwa edukasi adalah suatu proses perubahan perilaku secara terencana pada diri individu, kelompok, atau masyarakat untuk dapat lebih mandiri dalam mencapai

tujuan hidup (Yunus et al., 2015). Dengan demikian, edukasi dapat didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang bertujuan untuk mendorong orang lain, mulai dari individu, kelompok, keluarga, dan masyarakat, untuk menerapkan gaya hidup sehat. Edukasi didefinisikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagai upaya untuk memberi pengetahuan, memperbaiki kebiasaan, dan meningkatkan keterampilan seseorang melalui berbagai metode, seperti pengajaran, pelatihan, penyuluhan, dan lain-lain.

Sangat penting untuk memahami bahwa pendidikan tidak terbatas pada ruang kelas atau institusi formal. Ini mencakup semua jenis pembelajaran dari berbagai macam sumber, baik itu melalui interaksi sosial sehari-hari, Media Massa seperti televisi dan internet, serta program non-formal lainnya.

Edukasi adalah proses mengubah perilaku seseorang, kelompok, atau masyarakat untuk menjadi lebih mandiri dan mencapai tujuan hidup sehat. Edukasi adalah proses belajar dari tidak tahu menjadi tahu tentang berbagai informasi dan pengetahuan, serta dari tidak mampu mengatasi masalah sendiri menjadi mandiri.

2.10. Pengertian Siswa

Mereka yang mengikuti atau menerima pendidikan di lembaga pendidikan resmi, seperti sekolah atau universitas, disebut siswa. Mereka adalah siswa yang berada dalam tahap pembelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan sikap positif.

Siswa tidak hanya berpartisipasi dalam proses pembelajaran tetapi juga menerima informasi dari instruktur mereka. Mereka berinteraksi dengan lingkungan belajar sehari-hari untuk mencapai tujuan akademik dan pengembangan diri.

Pengertian siswa / murid / peserta didik. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pengertian murid berarti orang (anak yang sedang berguru, belajar, bersekolah). Shafique Ali Khan mengatakan pengertian siswa adalah orang yang datang ke suatu lembaga untuk memperoleh atau mempelajari beberapa tipe pendidikan (Siska Fitri Yanti, 2017).

Siswa dapat ditinjau melalui berbagai metode sebagai bagian dari proses pendidikan, seperti pendekatan sosial, pendekatan psikologis, pendekatan edukatif.

- a) Pendekatan sosial, peserta didik adalah anggota masyarakat yang sedang disiapkan untuk menjadi anggota masyarakat yang lebih baik. Sebagai anggota masyarakat, dia berada dalam lingkungan keluarga, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas. Peserta didik perlu dipersiapkan agar pada waktunya mampu melaksanakan perannya dalam dunia kerja dan dapat menyesuaikan diri dari masyarakat. Kehidupan bermasyarakat itu dimulai dari lingkungan keluarga dan dilanjutkan di dalam lingkungan masyarakat sekolah. Dalam konteks inilah, peserta didik melakukan interaksi dengan rekan sesamanya, guru-guru, dan masyarakat yang berhubungan dengan sekolah. Dalam situasi inilah nilai-nilai sosial yang terbaik dapat ditanamkan secara bertahap melalui proses pembelajaran dan pengalaman langsung.
- b) Pendekatan Psikologis, peserta didik adalah suatu organisme yang sedang tumbuh dan berkembang. Peserta didik memiliki berbagai potensi manusiawi, seperti: bakat, minat, kebutuhan, sosial emosional dan kemampuan jasmaniah. Potensi itu perlu dikembangkan melalui proses pendidikan dan pembelajaran di sekolah sehingga terjadi perkembangan secara menyeluruh menjadi manusia seutuhnya.
- c) Pendekatan Edukatif, Pendekatan pendidikan menempatkan peserta didik sebagai unsur penting, yang memiliki hak dan kewajiban dalam rangka sistem pendidikan menyeluruh dan terpadu (Soean et al., 2011).

2.11. Teori *New Media*

New Media secara etimologi berasal dari dua kata yaitu *New* dan *Media*. *New* yang berarti Baru dan *Media* yang berarti Perantara. Jadi, *New Media* merupakan sarana perantara yang baru Baru dalam arti disini dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi dan distribusinya terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk didalamnya adalah

website, blog, online social network, forum online, dan sebagainya (Putri, 2004 dalam Nopianah, 2019).

Sebelum adanya media baru, perusahaan bergantung pada media tradisional untuk melakukan komunikasi pemasaran (Nwamuo dan Nwafor 2019), kategori media tradisional adalah televisi, surat kabar, radio dan majalah. Sedangkan media baru yaitu sosial media seperti *Facebook, Twitter, Instagram; blog; YouTube; WhatsApp, e – book*; dan surat kabar *online*. Oleh karena itu, komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan sebelum adanya media baru sangat bergantung pada periklanan (Scott 2013 dalam Hanny hafiari, Dkk: 2020).

Teori Media Baru dikembangkan oleh Pierre Levy. “Media baru dideskripsikan sebagai produk teknologi komunikasi yang hadir bersamaan dengan komputer digital. Sebelum tahun 1980-an, media massa memaksimalkan penggunaan cetak dan model analog, seperti koran, televisi, sinema, dan radio. Namun sekarang hadir dengan bentuk digitalisasi” (Creeber & Martin, 2009).

Media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur Carey dalam (McQuail, 2011) Media baru disebut juga *new media digital*. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008).

Media digital termasuk salah satu gadget dalam media baru, dalam buku Komunikasi dan Komodifikasi dijelaskan definisi media baru (Dennis McQuail, 2000 dalam Ibrahim dan Akhmad, 2014) terdapat empat kategori utama :

1. Media komunikasi interpersonal seperti email
2. Media permainan interaktif seperti game
3. Media pencarian informasi seperti mesin pencarian di Net

4. Media partisipatoris seperti ruang chat di Net

Berdasarkan uraian diatas disimpulkan bahwa media digital alat untuk sarana komunikasi berbasis internet serta digunakan dalam pembelajaran dengan menggunakan media digital dapat sangat membantu peserta didik dalam mengikuti proses pembelajaran di kelas yang sedang berlangsung, pembelajaran menggunakan media digital juga dapat memudahkan pendidik untuk mengajar, karena dengan begitu pendidik tidak selalu menggunakan metode ceramah untuk mengajar kepada peserta didik. Manfaat media digital disini adalah untuk lebih mengerti dan peserta didik paham dalam materi yang dijelaskan oleh pendidik, karena pendidik menggunakan metode bukan hanya metode ceramah, tetapi diskusi dan analisis pada saat materi yang dijelaskan dan siswa yang dapat merangsang pikiran, perhatian dan minat belajar siswa sehingga proses pembelajaran dapat berlangsung untuk mencapai tujuan pembelajaran.

2.11.1. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari media baru adalah untuk mengkonstruksi realitas yang direkayasa oleh sebuah media demi mendapatkan keuntungan secara finansial dari orang- orang yang menggunakan segala komoditi yang ditawarkan oleh media tersebut. Selain itu ada beberapa manfaat yang didapat dari penggunaan media baru:

1. Media baru dapat diibaratkan sebagai sumber informasi sehingga manfaat ini dapat dirasakan oleh pelajar ataupun mahasiswa, Dengan adanya media baru akan mempermudah mereka dalam mengakses informasi yang akan mereka cari, selain itu penggunaan media baru mempermudah mereka dalam mendapatkan *ebook* atau jurnal *online*.
2. Media baru sangat membantu seseorang dalam menyelesaikan pekerjaan secara cepat, adanya media surat elektronik maka akan mempermudah seseorang dalam bertukar informasi tanpa harus bertatap muka terlebih dahulu.
3. Kemunculan media baru juga dibarengi dengan kemunculan jejaring sosial yang dapat menghubungkan satu individu dengan individu lainnya

walaupun mereka tidak berada dalam satu lokasi yang sama. Contohnya: Facebook, Twitter, Instagram, dll.

4. Media baru dapat digunakan sebagai tempat untuk berbisnis daring.
5. Media baru digunakan untuk mencari pekerjaan. Hal ini akan mempermudah para pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan tanpa harus mendatangi suatu perusahaan, bahkan sekarang bisa melakukan tes masuk perusahaan secara online.
6. Adanya fitur realitas virtual (*virtual reality*) membuat seseorang dapat merasakan sesuatu seperti di kenyataan, seperti misalnya permainan yang menggunakan realitas virtual maka permainan tersebut akan lebih terasa nyata dibandingkan dengan permainan pada umumnya

2.11.2. Karakteristik

Berikut beberapa Karakteristik media baru sebagai berikut :

1. Jaringan (*network*): Karakteristik yang memiliki arti jaringan memiliki fungsi sebagai alat penghubung satu dengan yang lain dalam lingkup yang sempit, maupun luas. Sehingga, sebagai pengguna dapat dengan mudah terhubung satu sama lain dalam cangkupan yang tidak terbatas.
2. Interaktivitas: Karakteristik yang berarti interaktivitas menandakan bahwa pengguna secara aktif dapat terlibat dengan melakukan proses secara langsung pada media, sehingga dapat dikatakan sebagai pengontrol.
3. Digital: Karakteristik media digital merupakan peralihan dari media analog. Media digital lebih modern yang mengubah data menjadi angka tanpa perlu mengubah menjadi objek fisik terlebih dahulu, misalnya gambar, teks, suara, dan teks. Kegunaan digital untuk mempermudah dan mempercepat dalam mengakses data.
4. Hipertekstual: Merupakan tautan berbentuk teks yang menyediakan jaringan untuk dapat terhubung dengan teks lain. Media baru menggunakan hiperteks untuk mempermudah pengguna untuk mencari informasi yang sama atau berkaitan secara cepat, sehingga dapat mengakses informasi lebih banyak.

5. Virtual: Media baru menggambarkan sesuatu yang nyata menjadi virtual. Virtual diartikan sebagai fitur budaya *postmodern*, sehingga masyarakat sudah maju secara teknologi karena memiliki aspek pengalaman sehari-hari yang disimulasikan secara teknologi.
6. Simulasi: Media baru mengatakan simulasi sebagai imitasi dan representasi. Simulasi dapat menghadirkan proses tiruan terhadap objek atau peristiwa tertentu atau dalam hal ini dunia nyata direpresentasikan dalam dunia maya dan difasilitasi oleh teknologi yang digunakan.

2.12. Kerangka Pemikiran

Youtube adalah sebuah situs web *video sharing* (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di Youtube adalah klip music (video klip), film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri. Format yang digunakan video-video di Youtube adalah mp4 yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki plugin Flash Player. Youtube didirikan pada Februari 2005 oleh tiga bekas karyawan PayPal: Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley pernah belajar tentang reka bentuk di Universitas Indiana Pennsylvania. Sementara itu, Chen dan Karim sama-sama belajar komputer sains di Universitas Illinois di Urbana-Champaign.

Peneliti menggunakan teori *new media* karena dengan menggunakan 6 kriteria yang mendumpan satu kesatuan yang dibutuhkan seperti jaringan, Interaktivitas, digital, hipertekstual, visual, simulasi.

Dengan peningkatan kebutuhan manusia terhadap informasi, diperlukan juga media informasi. Banyak informasi yang diberikan di Youtube bersifat umum, seperti berita internasional dan nasional, Video edukasi, ada juga informasi khusus, dan ada juga seperti kehidupan sehari-hari Pengguna Youtube.

Youtube juga berkontribusi sebagai media sosial yang berperan sebagai sarana edukasi banyak orang khususnya pada pendidikan.

Dengan menggunakan teori *new media* peneliti akan menganalisis peranan media sosial Youtube sebagai sarana edukasi bagi siswa – siswi Dipilihnya

Youtube sebagai objek penelitian dikarenakan kepopuleran Youtube yang telah meluas ke Indonesia. Youtube merupakan salah satu produk internet, namun menjadi lebih populer daripada internet itu sendiri. Banyak orang rela mengakses internet demi Youtube.

Bagan 2.1

Kerangka Pikir

