

BAB II

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Penggunaan media sosial melibatkan partisipasi atau interaksi dengan platform-platform online yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten, berkomunikasi, dan terhubung dengan orang lain dengan berbagai jenis kebutuhan dan keinginannya. Media sosial juga berfungsi sebagai platform yang memvisualisasikan eksistensi atau mengekspresikan diri penggunanya dalam aktivitas atau jejaring sosial mereka. Penggunaan media sosial cukup beragam, dari menghibur hingga mendidik, dan dari membangun hubungan hingga mempromosikan bisnis. Namun, seperti halnya alat lainnya, cara menggunakan media sosial dapat memiliki dampak yang signifikan, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada bagaimana individu menggunakannya.

2.1 Klasifikasi Media Sosial

Klasifikasi media sosial adalah pengelompokan platform-platform media sosial berdasarkan karakteristik dan fungsinya. Mengutip dari website kumparan (2023), Berikut adalah beberapa klasifikasi media sosial secara umum:

- Jejaring Sosial adalah media sosial yang memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk terhubung satu sama lain, berinteraksi, dan berbagi konten dengan orang lain secara online. Tujuan utama dari jejaring sosial adalah memfasilitasi komunikasi antarindividu dan pembentukan komunitas berdasarkan minat, hubungan sosial, atau

tujuan bersama. Pengguna jejaring sosial biasanya dapat membuat profil pribadi, menambahkan teman atau pengikut, berbagi konten seperti posting teks, gambar, dan video, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas interaktif seperti menyukai, mengomentari, atau berbagi konten yang diposting oleh pengguna lain.

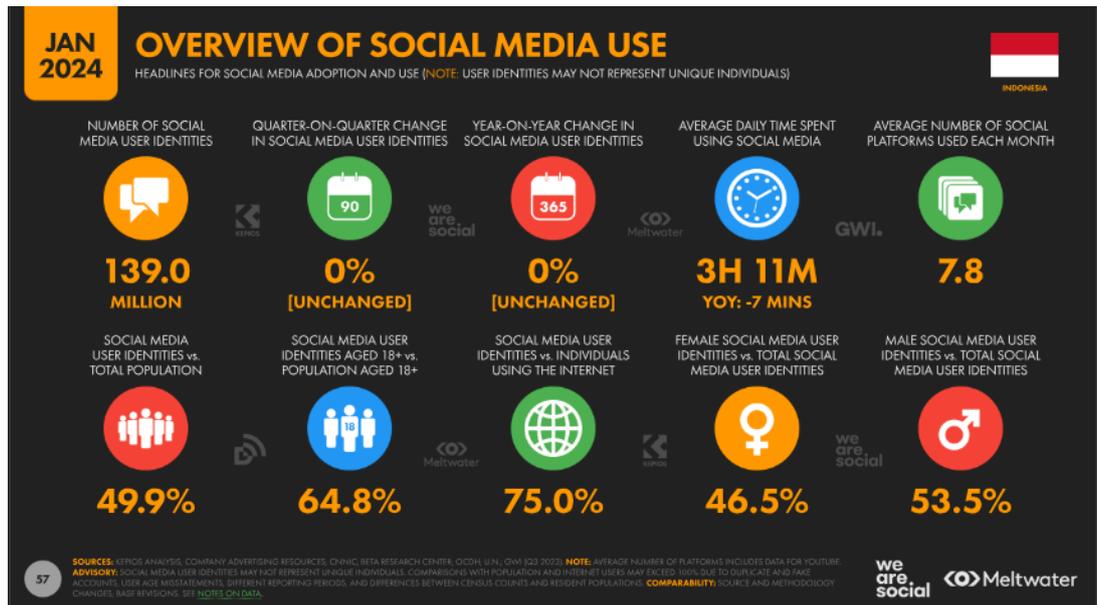
- Media Sharing Network adalah platform online yang mengizinkan pengguna untuk berbagi konten multimedia, seperti foto, video, dan audio, dengan orang lain atau dengan audiens yang lebih luas. Tujuan utama dari media sharing network adalah memfasilitasi pembagian konten visual dan audiovisual antara pengguna, baik untuk tujuan pribadi maupun publik. Platform audio visual ini juga sering kali memfasilitasi interaksi sosial, seperti komentar, like, atau reaksi terhadap konten yang dibagikan, serta memungkinkan pengguna untuk membangun jaringan sosial dan mendapatkan apresiasi atau pengakuan atas karya-karya mereka.
- Forum Diskusi adalah platform online yang memfasilitasi pertukaran informasi, diskusi, dan interaksi antara pengguna yang memiliki minat atau topik tertentu. Tujuan utama dari forum diskusi adalah untuk memungkinkan pengguna untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan pandangan mereka tentang topik tertentu, serta untuk bertukar ide, memecahkan masalah, atau mendapatkan bantuan dari sesama pengguna.

- Blogging merupakan situs web di mana seseorang atau sekelompok orang secara teratur mempublikasikan entri berupa tulisan-tulisan, artikel, atau postingan yang mencakup berbagai topik, pengalaman, atau pandangan. Para penulis blog yang disebut sebagai blogger biasanya menggunakan platform blogging seperti WordPress, Blogger, atau Medium untuk membuat dan mengelola blog mereka.
- Social Audio Network adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam percakapan audio secara real-time atau tertunda dengan pengguna lain. Tujuan utama dari social audio network adalah memfasilitasi komunikasi verbal antara pengguna, memungkinkan mereka untuk berbagi ide, pengalaman, dan pengetahuan dengan cara yang lebih langsung dan interaktif.
- Live Streaming merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna melakukan video dan audio secara langsung melalui internet. Dalam live streaming, konten video dan audio direkam dan ditransmisikan secara real-time kepada penonton yang terhubung melalui platform online. Proses live streaming biasanya melibatkan penggunaan perangkat kamera atau perangkat lainnya untuk merekam acara atau kegiatan secara langsung, dan kemudian mentransmisikan rekaman tersebut melalui jaringan internet kepada audiens yang berpartisipasi secara aktif dalam waktu nyata.
- Review Network adalah platform yang memungkinkan perusahaan atau individu untuk mendapatkan ulasan atau tinjauan produk atau layanan

mereka dari pengulas atau pengguna lainnya. Ini dapat berfungsi sebagai alat untuk mendapatkan umpan balik, meningkatkan eksposur produk, atau membangun reputasi merek.

2.2 Penggunaan Media Sosial di Indonesia

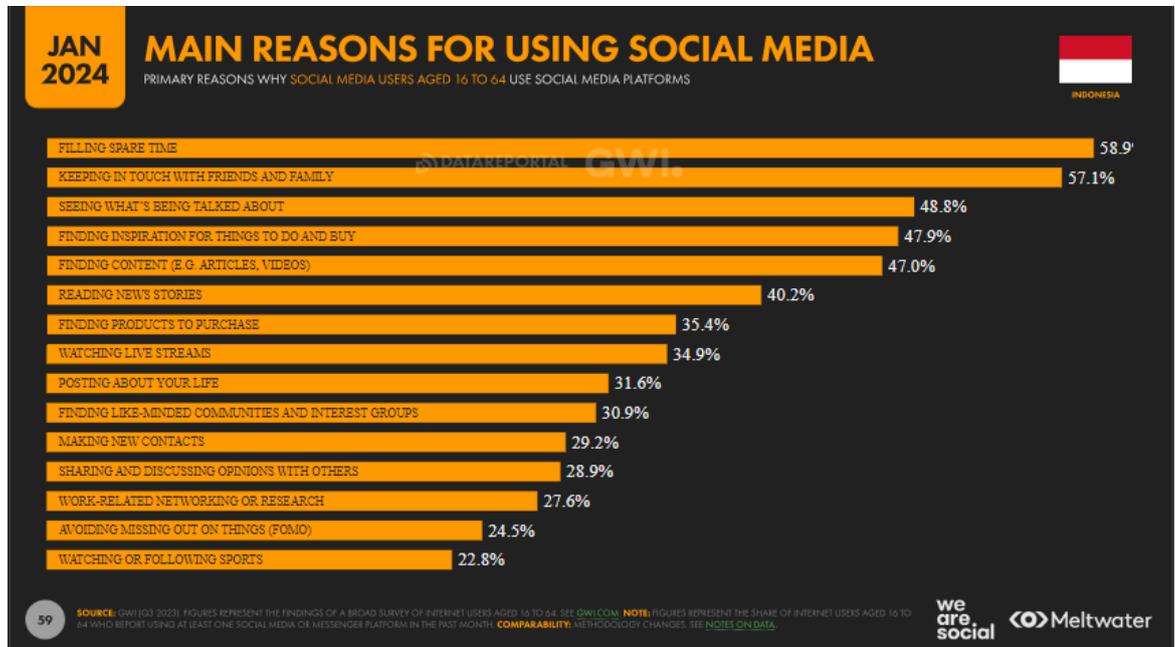
Beberapa tahun terakhir penggunaan media sosial telah berkembang pesat, yang menjadikan Indonesia salah satu pasar terbesar bagi platform-platform media sosial. Media sosial digunakan secara luas di Indonesia untuk berbagai keperluan, mulai dari berinteraksi dengan teman dan keluarga, berbagi konten multimedia, hingga berpartisipasi dalam komunitas online. Indonesia memiliki populasi pengguna media sosial yang sangat besar. diperkirakan bahwa sebagian besar populasi online Indonesia menggunakan setidaknya satu platform media sosial. Mayoritas akses ke media sosial di Indonesia dilakukan melalui perangkat seluler. Hal ini sejalan dengan tren global di mana semakin banyak orang mengakses internet melalui ponsel pintar mereka.



Gambar 2.1 Penggunaan Media Sosial di Indonesia.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *we are social*, total pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2024 sebanyak 139 juta pengguna atau 49,9 persen dari total populasi. Namun, ternyata angka tersebut mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2023 pengguna media sosial mencapai 167 juta pengguna aktif atau 60 persen dari total populasi. Apabila dilihat secara demografis jenis kelamin, pengguna media sosial cenderung lebih banyak laki-laki yaitu 53,5 persen dari total pengguna media sosial secara keseluruhan. Sedangkan perempuan berada pada persentase 46,5 persen.

2.3 Alasan Orang Indonesia Menggunakan Media Sosial



Gambar 2.2 Alasan Menggunakan Media Sosial di Indonesia

We are social juga melakukan riset mengenai faktor apa saja yang mendorong individu di Indonesia untuk menggunakan media sosial. Terdapat 15 alasan utama orang menggunakan media sosial. Media sosial sering sekali menjadi pilihan untuk menghabiskan atau mengisi waktu luang. Pada gambar 2.2 diatas juga menunjukkan bahwa mengisi waktu luang menjadi alasan utama dalam menggunakan media sosial yaitu dengan persentase 58,9 persen. Kemudian, alasan kedua dengan persentase 57,1 persen yaitu tetap terhubung dengan teman dan keluarga. Media sosial juga menyediakan platform untuk berinteraksi dengan teman, keluarga, dan orang lain secara online. Ini memungkinkan orang untuk tetap terhubung meskipun jarak fisik terpisah, serta memfasilitasi pembentukan dan pemeliharaan hubungan sosial. Dan masih banyak alasan lainnya seperti

melihat apa yang sedang diperbincangkan atau sedang menjadi tren, mencari inspirasi, melihat konten, membaca berita, mencari produk yang akan dibeli, menonton siaran langsung, mengunggah tentang keseharian, menemukan grup atau komunitas yang memiliki hobi atau pemikiran yang sama, mendapatkan kontak baru, berdiskusi dan bertukar pendapat dengan orang lain., hubungan kerja, tidak ingin ketinggalan tren yang terbaru, mengikuti informasi olahraga atau semacamnya.