

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uses and Gratification

1. Pengertian Uses and Gratification

Teori *uses and gratification* adalah teori dalam komunikasi yang menjelaskan alasan dan cara individu atau masyarakat yang telah menggunakan media yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka. Teori ini menjelaskan bahwa media dianggap sebagai “produk” yang sudah tersedia, sedangkan audiens memiliki peran sebagai “konsumen” yang memilih media tertentu untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti meningkatnya sebuah pengetahuan, relaksasi, interaksi sosial, hiburan dan juga bisa digunakan untuk tempat pelarian diri. Inti dari teori ini adalah audiens berperan aktif untuk memilih dan menggunakan media sosial dan juga menekankan kepuasan yang sudah diperoleh dari media tersebut.¹³

Menurut Blumer dan Katz (1974), menjelaskan bahwa dengan adanya kemajuan teknologi, telah memicu munculnya bentuk media baru yang merupakan kombinasi dari media massa dan perkembangan teknologi internet. Hal ini berkaitan dengan teori *uses and gratification*, yang dimana menjelaskan cara audiens

¹³ Lev-On, *Communication, community, crisis: Mapping uses and gratification in the contemporary media environment*, (New media & society, 2012).

memiliki peran aktif untuk memilih dan mengonsumsi suatu media yang sesuai dengan kebutuhan mereka.¹⁴

Pada tahun 2013, Shyam Sundar dan Anthony M. Limpersos mengembangkan teori *uses and gratification* menjadi teori *uses and gratification 2.0* yang mengikuti kemajuan media baru. Hal tersebut sudah termasuk interaksi dan keterlibatan pengguna yang secara aktif dengan media. Media sosial sudah menjadi platform bagi pengguna yang digunakan untuk berinteraksi, berkomunikasi, berbagi, atau bekerjasama dengan ikatan sosial. Dengan adanya fitur share, hashtag, trending, topik dan like, memiliki dampak yang signifikan untuk menyebarkan sebuah informasi secara luas dan cepat.¹⁵

2. Asumsi Dasar Teori *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratification* adalah salah satu teori yang paling dikenal di bidang komunikasi massa. Teori ini juga menjelaskan bahwa fokus utama dari teori ini bukan pada bagaimana sebuah media mengubah perilaku dan sikap audiens itu sendiri, bisa juga dilihat seberapa berpengaruhnya sebuah media mengikuti kebutuhan pribadi dan sosial audiens dan sejauh mana media sosial dapat memenuhi kebutuhan audiens tersebut. Oleh karena itu,

¹⁴ Blumer, J. G & Katz, E, *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, (Sage Annual Reviews of Communication Research, 1974).

¹⁵ Sundar, S. S, *Uses And Grats 2.0: New Gratification for Ner Media*, (Journal of Broadcasting & Electronic Media, 2013), h. 504 – 521.

targetnya adalah audiens yang masih aktif yang dimana mereka sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁶

Menurut Katz, ada tiga asumsi yang telah digunakan oleh teori *uses and gratification*. Poin pertama yaitu audiens bisa memiliki banyak pilihan media, dengan banyaknya pilihan yang menyebabkan audiens bisa terpenuhi kebutuhannya. Dalam konteks ini, yang dimaksud dengan kebutuhan audiens yaitu prespektif psikologis dan sosial mereka. Poin kedua yaitu kebutuhan audiens yang sangat beragam, sebuah media yang berkaitan dengan teori *uses and gratification* akan berusaha untuk mengidentifikasi kebutuhan masing-masing audiens. Poin ketiga yaitu adanya persaingan antara media untuk memenuhi kebutuhan audiens.

Griffin (2018) menyatakan bahwa terdapat tipologi (kelompok klasifikasi) yang menggambarkan bahwa kaitan hubungan antara audiens dengan media menurut teori *uses and gratification*:

- a. *Passing time* berperan sebagai upaya untuk menghabiskan waktu luang.
- b. *Companionship* bermanfaat untuk mencari teman atau pasangan baru.

¹⁶ Dr. Humaizi M.A. "Uses and Gratification Theory", Jurnal. Universitas Sumatera Utara, Medan. 2018.

- c. *Escape* digunakan untuk meluangkan waktu pribadi guna untuk melarikan diri dari tekanan atau masalah.
- d. *Enjoyment* digunakan untuk memperoleh sesuatu yang membuat audiens senang.
- e. *Social interaction* digunakan untuk membangun hubungan dengan orang lain.
- f. *Relaxation* digunakan untuk bersantai.
- g. *Information* digunakan untuk mencari sebuah informasi dan juga bisa menjaga audiens tetap terkini.
- h. *Excitement* digunakan untuk merasakan suasana yang menyenangkan.¹⁷

B. Efektivitas Media Sosial

1. Pengertian Efektivitas

Menurut Makmur efektivitas berkaitan dengan seberapa akurat atau berhasilnya suatu tindakan serta adanya kesalahan. Untuk menilai efektivitas, baik pada individu, kelompok, organisasi, atau bahkan negara, perlu dilakukan perbandingan antara tingkat akurasi dengan kesalahan yang terjadi. Efektivitas dapat diartikan sebagai sejauh mana suatu tindakan atau kegiatan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, mencakup keaktifan, daya guna, serta kesesuaian dalam pelaksanaan tugas.

¹⁷ Griffin, Em, A First Look At Communication Theory, (Boston: McGraw-Hill, 2018).

Secara umum, efektivitas merujuk pada tingkat pencapaian hasil yang diinginkan dan sering kali dikaitkan dengan efisiensi, meskipun keduanya memiliki perbedaan konsep. Efektivitas lebih berfokus pada hasil akhir, sementara efisiensi lebih menekankan pada proses pencapaian hasil tersebut dengan membandingkan input dan output yang digunakan.¹⁸

2. Pengertian Media Sosial

Penggunaan media internet sebagai alat komunikasi berkembang pesat seiring dengan akses internet melalui telephone seluler dan munculnya istilah telepon pintar (smartphone). Kemunculan smrtphone telah memperluas fasilitas komunikasi seperti sms, mms, chating, email, browsing, dan media sosial. Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa, media sosial adalah platform daring yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan diri, berinteraksi, berbagi, dan membangun hubungan sosial secara virtual.

Platform ini mencakup berbagai situs seperti Instagram, Facebook dan Twitter, yang menawarkan ruang untuk komunikasi, kolaborasi, serta pertukaran informasi secara cepat dan mudah. Di media sosial, interaksi terjadi melalui tiga aspek penting: pengenalan diri, komunikasi, dan kerja sama, yang bersama-sama

¹⁸ Makmur, Efektivitas Kebijakan Kelembagaan Pengawasan, (PT. Refika Aditama: Jakarta, 2011).

mendorong terciptanya hubungan sosial yang lebih luas, baik untuk tujuan pribadi maupun profesional.

Tidak bisa dipungkiri bahwa, saat ini media sosial sudah menjadi metode baru komunikasi masyarakat. Ini memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat, dengan dampak yang signifikan cara komunikasi yang dilakukan. Pada dasarnya, media sosial memungkinkan berbagai aktivitas dua arah dalam bentuk pertukaran, kolaborasi, dan interaksi yang melibatkan tulisan, visual dan audiovisual. Media sosial dimulai dengan tiga elemen utama yaitu *sharing*, *collaborating*, dan *connecting*.¹⁹

3. Konvergensi Media

Menurut Henry Jenkins, konvergensi merupakan gambaran transformasi dalam aspek teknologi, industri, budaya, dan sosial yang memengaruhi sirkulasi media dalam budaya kontemporer. Beberapa konsep yang termasuk dalam istilah ini mencakup perpindahan konten di berbagai platform media, kolaborasi antar-industri media, eksplorasi struktur pembiayaan media baru yang berada di antara media tradisional dan digital, serta pola migrasi audiens yang secara aktif mencari pengalaman hiburan sesuai preferensi mereka. Media konvergensi merujuk pada kondisi di

¹⁹ Nasrullah, Rulli, Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia), (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014).

mana beberapa sistem media beroperasi secara bersamaan dengan aliran konten yang bergerak lancar di antara mereka.²⁰

Dalam upaya mempertajam daya saing di era digital, sejumlah media tradisional seperti media cetak dan siaran berbasis elektronik telah melakukan berbagai perubahan dengan menghadirkan versi konten online melalui internet. Transformasi ini terlihat jelas di Indonesia, di mana media cetak secara masif beralih ke platform digital dengan mendirikan portal berita daring yang menyajikan konten dalam format online. Secara umum, media online merujuk pada segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet, sedangkan secara lebih spesifik, media online mengacu pada media massa yang dipublikasikan secara daring, baik itu media cetak maupun elektronik.²¹

4. Instagram

Instagram, atau sering disebut IG, adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunaannya berbagi foto dan video, serta menerapkan filter pada konten sebelum dibagikan ke jejaring sosial. Nama Instagram berasal dari gabungan dua kata, yaitu "insta" dan "gram." Kata "insta" berasal dari kata "instan", yang menunjukkan bahwa pengguna aplikasi ini dapat langsung membagikan foto dan

²⁰ Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, (New York : Library Of Congress Cataloging-in-Publication Data Jenkins, 2008).

²¹ Annisa Derviana, "Kovergensi Pada Media Massa (Studi Dekriptif Kualitatif Mengenai Konvergensi Media di Republika)", *Jurnal Ilmu Komunikasi* (2019), hal. 405.

video. Sementara itu, "gram" diambil dari kata "telegram", yang mengindikasikan bahwa pengguna dapat mengirim foto dan video dengan cepat.

Faktanya, Instagram sudah terhubung dengan facebook. Karena Instagram itu sendiri masih termasuk bagian platform facebook. Oleh karena itu, kita mudah menghubungkan teman kita dari facebook ke Instagram. Akan tetapi, dengan adanya peningkatan pengguna Instagram yang menyebabkan aplikasi ini bermanfaat untuk pengusaha karena bisa dijadikan tempat promosi produknya. Instagram juga menyediakan berbagai fitur untuk penggunanya, seperti memiliki *followers* dan *following*, mengunggah video dan foto, menambahkan efek dan filter, menggunakan Instagram stories, mengirim direct message dll.²²

5. Manfaat Instagram

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, pemanfaatan memiliki makna sebagai proses, metode atau tindakan menggunakan sesuatu untuk kepentingannya sendiri. Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller, media sosial merupakan platform yang memungkinkan konsumen untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, audio, dan video, baik antar sesama konsumen maupun antara konsumen dan perusahaan. Misalnya adalah media sosial Instagram. Dalam

²² Cindie Sya'bania Feroza. "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan", Jurnal. Universitas Bima Darma, Palembang. Vol. 14. No. 1. 2020.

konteks penelitian ini, pemanfaatan merupakan menggunakan sesuatu hal yang bermanfaat. Seperti Instagram digunakan sebagai alat pemasaran media sosial, yang berguna untuk mengkomunikasikan informasi kepada publik dan pelanggan termasuk dalam publik eksternal perusahaan.

Dengan menggunakan Instagram sebagai alat pemasaran media sosial yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada publik, diharapkan memberikan hasil yang berguna berbentuk pengetahuan tentang produk-produk yang sudah ditawarkan dari butik tersebut menggunakan platform Instagram.²³

C. Gerakan Anti Narkoba

1. Pengertian Narkoba

Narkoba adalah singkatan dari narkotika, psikotropika dan juga bahan adiktif lainnya. Istilah ini umumnya digunakan oleh seorang aparat penegak hukum seperti polisi, badan narkotika nasional, jaksa hakim dan petugas permasyarakatan. Selain narkoba, istilah lain yang mengacu pada ketiga zat itu yaitu napza singkatan dari narkotika, psikotropika dan zat adiktif. Kalimat napza sudah sering digunakan oleh seorang praktisi Kesehatan dan rehabilitas. Namun pada dasarnya, istilah-istilah tersebut sudah menunjukkan pada ketiga zat yang sama.

²³ Dewi Untari. "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)", Jurnal. Bandung, Jawa Barat. Vol. 2. No. 2. 2018.

Menurut UU No. 22 Tahun 1997, yang menjelaskan tentang narkotika yang disebutkan dalam pengertian dari: Narkotika merupakan “zat atau obat yang berasal dari sebuah tumbuhan atau bahan sintesis maupun semi-sintesis yang dapat mengakibatkan perubahan atau penurunan kesadaran, hilangnya sensasi, pengurangan atau penghapusan rasa nyeri, serta berpotensi menimbulkan ketergantungan jangka panjang .”

Psikotropika merupakan “zat atau obat secara alamiah atau sintesis yang bukan narkoba, zat ini mempunyai efek psikoaktif yang sudah dipengaruhi dengan cara selektif system saraf pusat dan menghasilkan sebuah perubahan yang spesifik pada aktivitas secara mental dan perilaku pelaku.”

Bahan adiktif lainnya merupakan ”zat atau bahan selain narkotika dan psikotropika, yang sudah dipengaruhi oleh fungsi kerja otak dan juga bisa menyebabkan kecanduan pada penggunanya.”

Pakar Kesehatan memberikan pendapat, bahwa narkoba pada dasarnya merupakan psikotropika yang sering digunakan untuk membius pasien saat operasi dan juga bisa mengobati penyakit tertentu. Akan tetapi, saat ini pandangan tersebut sering disalahgunakan, karena penggunaannya melebihi batas dosis yang aman.²⁴

²⁴ Ahmad Darwis. “Narkotika, Bahaya dan Cara Mengantisipasinya”, Jurnal. Medan, Sumatera Utara. Vol. 1. No. 1. 2017.

2. Gerakan Anti Narkoba

Pencegahan penyebaran narkoba di berbagai kalangan masyarakat merupakan tanggung jawab bersama. Dengan adanya masalah ini, semua pihak termasuk masyarakat memiliki peran aktif untuk mengawasi sebuah ancaman narkoba yang semakin meningkat. Banyak pergaulan masyarakat yang berubah seperti pergaulan bebas, rasa penasaran yang tinggi dan juga perbedaan gaya hidup yang dapat menyebabkan seseorang terjerum pada pergaulan bebas.

Langkah-langkah yang sudah pernah dilakukan oleh pemerintah untuk menurunkan narkotika di Indonesia melibatkan beberapa peraturan perundang-undangan yang menjelaskan tentang, larangan keras peredaran dan penggunaan narkoba serta mereka juga akan diberikan sebuah sanksi tegas untuk para pelakunya. Pemerintah mendirikan BNN (Badan Narkotika Nasional) yang bertujuan untuk menanggulangi para pengguna dan peredar narkoba. Langkah ini memiliki tujuan untuk menjadikan Indonesia bebas dari narkoba, BNN mengedukasi hal ini dengan mengadakan sosialisasi tentang bahaya narkoba di masyarakat maupun sekolah. Dan BNN juga membentuk organisasi anti narkoba di komunitas, yang bertujuan untuk melawan narkoba.

Edukasi tentang narkoba ini sangat penting, untuk anak-anak dan masyarakat yang berguna untuk meningkatkan rasa kesadarannya.

Tujuan utama diadakan edukasi ini yaitu supaya masyarakat mudah memahami jenis-jenis narkoba, efek samping dari narkoba, cara menghindarinya dan juga cara mencegah narkoba. Program yang dilaksanakan ini, diharapkan akan mendapatkan fokus untuk memberantas dan mencegah menggunakan metode preventif. Metode preventif atau program pencegahan, ini ditujukan untuk masyarakat yang masih sehat dan belum pernah terpapar narkoba. Dengan tujuan, agar mereka bisa memahami segala aspek narkoba dan tidak akan tertarik untuk menyalahgunakannya.²⁵

²⁵ Tri Suhartati. "Ganmasya Gerakan Anti Narkoba Untuk Menydarkan Masyarakat", Jurnal. Universitas Internasional, Batam. Vol. 4. No. 1. 2022.

