

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH KOMUNITAS COSURA SURABAYA
SEBAGAI MEDIA INFORMASI MASYARAKAT
(Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Media Sosial Facebook oleh Komunitas
Cosura Surabaya sebagai Media Informasi Masyarakat)

SKRIPSI



Oleh

Larastika Diah Wilujeng

NPM. 0943010132

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2013

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, penulis panjatkan karena dengan limpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, skripsi yang berjudul “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH KOMUNITAS COSURA SURABAYA SEBAGAI MEDIA INFORMASI MASYARAKAT (Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Media Sosial Facebook oleh Komunitas Cosura Surabaya sebagai Media Informasi Masyarakat)” dapat Peneliti susun dan selesai. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Ibu Dra. Herlina Suksmawati, Msi. dosen pembimbing skripsi peneliti. Terima kasih atas segala kontribusi dan nasehat-nasehat yang telah diberikan kepada peneliti.
2. Dra. Ec. Hj. Suparawati, M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UPN “Veteran” Jatim.
3. Juwito, S.Sos, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jatim.
4. Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si sebagai Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jatim
5. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi maupun Staf Karyawan FISIP UPN “Veteran” Jatim.
6. Mama Diah Mustikawati dan Bapak Sardju. Thankyou for your love, sacrifice, and trust.
7. The Bros, Bimo Gardiantono dan Bayu Setyo Nugroho. Thankyou for your support and advices, guys. Love you both !

8. Keluarga Besar Eyang Muhammad Yasir for so much love, care, and support.
9. Yanuar Putut Widjanarko for support, care, love, and advices. Let's keep the good work, Love !
10. Seluruh teman-teman Komunitas Cosura Surabaya. Hountouni arigatou, minna-san.
11. Keluarga besar UPN Televisi. Dewan Penasehat Alumni, Dewan Penasehat, Badan Pengurus Harian, dan Angkatan Muda. Joined and made a lot of memories with you guys, was an honour for me. Thankyou for become one of best things in my life. Semangat dalam Berkreasi !
12. Rr. Tyastari Diahayu Girindra dan The Koprals for support, spirit, and super adorable friendship.
13. Seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan atas keterbatasan halaman ini, untuk segala bentuk bantuan yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, kritik maupun saran selalu peneliti harapkan demi tercapainya hal terbaik dari skripsi ini. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak. Amin.

Surabaya, Desember 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI..... | ii |
| ABSTRAKSI..... | iii |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4.1 Secara Teoritis..... | 9 |
| 1.4.2 Secara Praktis..... | 9 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2 Landasan Teori | 12 |
| 2.1.1 Komunikasi Massa | 12 |
| 2.2.1.1 Definisi Komunikasi Massa..... | 12 |
| 2.2.1.2 Ciri-Ciri Komunikasi Massa | 15 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.2.2 | Internet | 19 |
| | 2.2.2.1 Fungsi dan Layanan Internet..... | 22 |
| 2.2.3 | Internet sebagai Media Komunikasi | 26 |
| 2.2.4 | Media Sosial | 30 |
| | 2.2.4.1 Definisi Media Sosial | 30 |
| | 2.2.4.2 Karakteristik Media Sosial..... | 32 |
| | 2.2.4.3 Klasifikasi Media Sosial | 34 |
| 2.2.5 | Facebook | 35 |
| | 2.2.5.1 Profiles..... | 36 |
| | 2.2.5.2 Private Messaging..... | 36 |
| | 2.2.5.3 Public Messaging | 36 |
| | 2.2.5.4 Groups | 37 |
| | 2.2.5.5 Photos | 37 |
| | 2.2.5.6 Events..... | 37 |
| | 2.2.5.7 Status Update..... | 38 |
| | 2.2.5.8 Pages | 38 |
| 2.2.8 | Komunitas | 46 |
| 2.2.9 | Cosplay..... | 48 |
| 2.2.10 | Teori CMC (Computer Mediated Communication) | |
| | | 51 |
| 2.3 | Kerangka Berpikir..... | 53 |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN | | 55 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 54 |

| | | |
|-------|-------------------------------|----|
| 3.2 | Definisi Konseptual | 55 |
| 3.2.1 | Pemanfaatan..... | 55 |
| 3.2.2 | Media Sosial..... | 56 |
| 3.2.3 | Komunitas Cosura | 56 |
| 3.2.4 | Media Komunikasi | 57 |
| 3.3 | Lokasi Penelitian | 57 |
| 3.4 | Informan Penelitian..... | 58 |
| 3.5 | Metode Pengumpulan Data | |
| | | 58 |
| 3.6 | Unit Analisis Data | 59 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data..... | 59 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | | |
|-------|-------------------------------------|----|
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 55 |
| 4.1.1 | Facebook..... | 55 |
| 4.1.2 | Komunitas Cosura Surabaya..... | 59 |
| 4.2 | Identitas Informan Penelitian..... | 60 |
| 4.2.1 | Informan 1..... | 61 |
| 4.2.2 | Informan 2..... | 61 |
| 4.2.3 | Informan 3..... | 61 |
| 4.2.4 | Informan 4..... | 61 |

| | | |
|---------|---|----|
| 4.3 | Penyajian dan Analisis Data | 62 |
| 4.3.1 | Pemahaman Informan Terhadap Media Sosial Facebook | 62 |
| 4.3.2 | Pemahaman Informan Terhadap Penggunaan Fitur Media Sosial Facebook..... | 64 |
| 4.3.3 | Pemanfaatan Media Sosial Facebook oleh Komunitas Cosura sebagai Media Informasi Masyarakat..... | 65 |
| 4.3.4 | Pemanfaatan Media Sosial Komunitas Cosura oleh Masyarakat sebagai Media Informasi..... | 70 |
| 4.4 | Pembahasan | 73 |
| 4.4.1 | Aktivitas Penggunaan Fitur Media Sosial oleh Komunitas Cosura Sebagai Media Informasi Masyarakat | 73 |
| 4.4.1.1 | Aktivitas Penggunaan Media Sosial Facebook | 75 |
| 4.4.2 | Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Masyarakat | 81 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 93 |
| 5.1 | Kesimpulan | 93 |
| 5.2 | Saran | 94 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 95 |
| | LAMPIRAN..... | 97 |

ABSTRAKSI

LARASTIKA DIAH WILUJENG, PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH KOMUNITAS COSURA SEBAGAI MEDIA INFORMASI MASYARAKAT (Studi Deskriptif Kualitatif Pemanfaatan Media Sosial Facebook oleh Komunitas Cosura Surabaya sebagai Media Informasi Masyarakat)

Penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial Facebook oleh Komunitas Cosura sebagai media informasi masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Facebook, Twitter, dan Youtube sebagai media komunikasi Komunitas Cosura.

Penelitian ini menggunakan studi deskriptif kualitatif yang digunakan untuk memberikan penjelasan secara detail terhadap sebuah permasalahan, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti. Untuk menggumpulkan data peneliti menggunakan metode wawancara secara mendalam dan observasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Facebook merupakan media sosial yang efektif sebagai media informasi masyarakat. Fitur grup (groups) merupakan fitur utama yang digunakan Komunitas Cosura sebagai fitur media informasi. Manfaat yang didapatkan oleh masyarakat dengan menggunakan Facebook sebagai media informasi adalah mendapatkan informasi event terbaru dan menambah pengetahuan kebudayaan dan tren Jepang. Sedangkan bagi Komunitas Cosura manfaat yang didapatkan adalah mendapatkan wadah untuk mengenalkan trend an kopmunitas Cosura serta Komunitas Cosura mendapatkan anggota baru

Kata Kunci : Pemanfaatan, Facebook, Media Informasi, Komunitas

ABSTRACT

LARASTIKA DIAH WILUJENG, THE UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA BY KOMUNITAS COSURA AS A SOCIETY MEDIA INFORMATION (Descriptive Qualitative Research of the utilization of social media Facebook, by Komunitas Cosura as a society medi information)

This research is how about utilization of social media Facebook as society media information. This research aim to find out how the utilization of social media Facebook as a society media information.

This research uses descriptive qualitative research which used to provide an detailed explanation and aim to gain an understanding of the problem. For collected data researcher used depth interview and observation methods.

Based on research result, show that as a society media information Facebook is an effective social media as media information for society. Group is the main feature used by Komunitas Cosura as media information for society. By utilized Komunitas Cosura's Facebook as a media information, The society obtain some benefit. These are The society always get newest event cosplay schedule and increase their knowledge about Japan's culture and trend. And for Komunitas Cosura, the obtain some benefits too. These are they get a place for introduce to the society about cosplay and as well as their comuunity and they get new member from the member of their Facebook group.

Keywords : Utilization, Facebook, Media Information. Community

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media massa merupakan salah satu sarana bagi masyarakat untuk mendapatkan sebuah informasi. Media massa memudahkan manusia untuk mengakses informasi yang berada disekitarnya (lokal, nasional, internasional) dengan lebih mudah, murah, dan cepat yang berarti media massa secara sadar atau tidak telah berperan membantu terjadinya aliran budaya populer. Hal ini dikarenakan melalui media massa lah orang-orang kreatif punya tempat yang tepat. Media massa dapat memperkaya masyarakat dengan menyebarkan karya kreatif dari manusia seperti karya sastra, musik, dan film. (Vivian, 2008: 505). Media massa terbagi atas dua jenis, yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak meliputi buku, majalah, dan koran. Sedangkan media massa elektronik meliputi televisi, radio, film, dan internet.

Internet merupakan media massa yang kini banyak digunakan oleh masyarakat. Industri media terbaru ini juga merupakan media yang tumbuh paling pesat. Sekitar 73% dari semua konsumen adalah online, dan jumlah uang yang dihabiskan untuk iklan internet meningkat dari \$8 miliar pada tahun 2000 menjadi \$23 miliar pada tahun 2008. (Biagi, 2010: 13). Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Tito Suwanto yang berjudul Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah (2013) dipaparkan menurut Survey Asosiasi Penyelenggara Jasa

Internet Indonesia (APJII) menyatakan pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2012 mencapai 63 juta orang atau sekitar 24,23% dari jumlah penduduk Indonesia. Pada tahun 2013 APJII memprediksi pengguna internet di Indonesia akan mencapai 82 juta atau 30% dari jumlah pengguna pada tahun 2012, pada tahun 2014 mencapai 107 juta, dan pada 2015 mencapai 139 juta pengguna.

Seiring dengan perkembangan, internet mampu melahirkan suatu jaringan baru yang disebut dengan media sosial. Media sosial merupakan salah satu media online di mana para penggunanya dapat ikut serta dalam mencari informasi, berkomunikasi, dan menjaring pertemanan dengan segala fasilitas dan aplikasi yang dimiliki oleh media sosial tertentu.

Dijelaskan oleh Novia Ika Setyani dalam penelitiannya yang berjudul Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas, pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri.

Diawali pada tahun 1997 yaitu Sixdegrees.com yang memiliki aplikasi untuk membuat profil, menambah teman, dan mengirim pesan. Tahun 1999 dan 2000, muncul media sosial lunarstrom, livejournal, Cyword yang berfungsi memperluas informasi secara searah. Tahun 2001, muncul Ryze.com yang berperan untuk memperbesar jejaring bisnis. Tahun

2002, muncul friendster sebagai situs anak muda pertama yang semula disediakan untuk tempat pencarian jodoh. Dalam kelanjutannya, friendster lebih diminati anak muda untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Tahun 2003, muncul situs sosial interaktif lain yang menyusul kemunculan friendster, Flickr R, Youtube, dan My Space. Hingga pada akhir 2005 friendster dan Myspace merupakan situs media sosial yang paling diminati.

Memasuki tahun 2006, penggunaan friendster dan MySpace mulai tergeser dengan adanya facebook. Facebook dengan tampilan yang lebih modern memungkinkan orang untuk berkenalan dan mengakses informasi seluas-luasnya. Pada tahun 2009, kemunculan twitter ternyata menambah jumlah media sosial bagi anak muda. Twitter menggunakan sistem mengikuti-tidak mengikuti (follow-unfollow), dimana kita bisa melihat status terbaru dari orang yang kita ikuti (follow). Bahkan baru-baru ini juga muncul media sosial Path dan Instagram yang juga sering digunakan oleh masyarakat.

Facebook merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Menurut SocialBaker pengguna Facebook di Indonesia telah mencapai 50.261.100 pengguna, dan menduduki posisi keempat dunia setelah Amerika Serikat, Brazil, dan India. Jakarta sebagai Ibukota Indonesia juga tercatat sebagai Ibukota Negara dengan pengguna Facebook terbanyak kedua di dunia yaitu sekitar 11.658.760 pengguna.

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dimiliki dan dioperasikan oleh Facebook, Inc.

Pada September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes.

Dibandingkan dengan media sosial lainnya, Facebook menawarkan fitur yang lebih beragam. Meskipun setiap media sosial mempunyai karakteristik dan fitur yang berbeda, Facebook tetap mempunyai kelebihan tersendiri yang membuat pengguna, tetap menggunakan Facebook sebagai media sosial mereka.

Pengguna Facebook dapat membuat akun profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat". Pengguna dapat membuat profil dilengkapi foto, daftar ketertarikan pribadi, informasi kontak, dan informasi pribadi lain. Pengguna juga bisa berkomunikasi dengan teman dan pengguna lain melalui pesan pribadi atau umum dan fitur obrolan. Mereka juga dapat membuat dan bergabung dengan grup ketertarikan dan "halaman kesukaan".

Cosplay merupakan konsumsi performatif budaya populer Jepang anime dan manga. Anime atau yang lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia dengan sebutan kartun adalah produksi animasi Jepang yang menampilkan hasil gambar animasi melalui tangan maupun komputer. Istilah anime merupakan bahasa serapan dari Bahasa Inggris “animation”. Dalam Bahasa Inggris, istilah ini didefinisikan sebagai penyebarluasan gaya animasi Jepang yang pada umumnya dicirikan dengan grafis yang warna-warni, karakter yang bersemangat dan tema yang terkadang tidak masuk akal.

Manga adalah suatu media yang didalamnya terdapat sekumpulan gambar yang mengandung cerita dengan bermacam-macam variasi. Di Indonesia manga lebih dikenal dengan sebutan komik. Pada umumnya manga dicetak dalam warna hitam-putih dan terkadang ada beberapa bagian yang dicetak berwarna. Di Jepang manga pada umumnya dicetak dalam majalah yang berukuran sebesar buku telepon dan sering terdiri dari berbagai cerita yang bersambung pada episode berikutnya. (http://id.wikipedia.org/wiki/Budaya_populer_Jepang- diakses pada tanggal 6 Mei 2013)

Dalam penelitian Aisyah (2012) yang berjudul Rasa Memiliki dalam Komunitas Cosplay dijelaskan bahwa Cosplay adalah kegiatan para penggemar anime dan manga yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan membuat dan mengenakan kostum dan berdandan meniru karakter tertentu dari anime dan manga dengan tujuan untuk tampil.

Pada awalnya cosplay tidak begitu banyak di kenal di Indonesia. Pada awal 2000-an, beberapa event seperti Gelar Jepang Universitas Indonesia mengadakan event Cosplay. Tetapi saat itu belum ada yang berminat, cosplay pertama saat itu hanyalah EO (Event Organizer) dari acara gelar Jepang tersebut.

Beranjak dari event tersebut, beberapa pemuda-pemudi (kebanyakan pemudi) di Bandung memperkenalkan gaya Harajuku dan hadirnya cosplayer pertama yang bukan merupakan EO saat itu. Berlanjut hingga sekarang, hampir tiap bulannya selalu ada event cosplay di Jakarta, dan di kota-kota besar di Indonesia. (http://id.wikipedia.org/wiki/Costume_play - Diakses pada tanggal 21 Maret 2013)

Di Indonesia, seiring dengan berkembang tren cosplay muncul pula opini serta pandangan masyarakat terhadap tren cosplay, baik positif maupun negatif. Bahkan terdapat perdebatan terbuka di internet mengenai keberadaan tren cosplay di Indonesia. Berdasarkan perdebatan tersebut Peneliti menyimpulkan bahwa cosplay masih mempunyai kecenderungan citra yang negatif di mata masyarakat. Cosplay dianggap sebagai ajang untuk melupakan budaya Indonesia karena para cosplayer lebih memilih budaya asing. Cosplayer dianggap sebagai sekumpulan orang yang yang mempunyai masa kecil yang kurang bahagia sehingga ketika dewasa mereka mengikuti cara berpakaian dan gaya dari tokoh yang mereka perankan. Cosplayer juga dianggap sekumpulan orang freak (aneh) yang mau berdandan aneh dan berkelakuan layaknya tokoh anime atau manga. Serta

masih banyak lagi anggapan dan opini negatif dari masyarakat terhadap tren cosplay.

Dalam konsumsi budaya populer seperti cosplay sering kali cenderung terbentuk kelompok atau komunitas penggemar atau yang disebut dengan fandom. Fandom (fan-, kependekan dari fanatic dari akhiran -dom seperti dalam kingdom atau freedom, dll) adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada sebuah subkultur yang dibangun oleh para penggemar yang didasari oleh rasa simpati dan persahabatan dengan sesama penggemar lain yang memiliki ketertarikan yang sama. Para penggemar biasanya tertarik bahkan dengan hal-hal rinci yang berhubungan dengan objek kegemarannya, dan menghabiskan sebagian besar waktu dan energi dalam keterlibatan mereka dalam suatu fandom. Mereka seringkali tergabung dalam jaringan sosial dengan praktek-praktek fandom tertentu. Subjek minat penggemar dapat didefinisikan secara sempit terfokus pada hal-hal yang selebritis, hobi, genre, atau mode. Dengan kata lain, fandom adalah komunitas penggemar yang antusias dan memiliki ketertarikan terhadap hal yang sama. (<http://wikipedia.org/wiki/fandom> - Diakses pada tanggal 13 Mei 2013)

Komunitas Cosu Cosura Surabaya atau Cosura Surabaya merupakan komunitas cosplay terbesar di Surabaya. Komunitas ini telah berdiri selama kurang lebih enam tahun dan telah menerima berbagai penghargaan baik regional maupun nasional. Komunitas Cosura juga mewakili Surabaya

sebagai finalis CLAS:H yaitu kompetisi cosplay nasional yang diadakan di Jakarta dan mendapatkan penghargaan best performance 2013.

Komunitas Cosura mempunyai misi untuk mengenalkan dan menyebarkan tren cosplay lebih luas lagi di Surabaya. Komunitas Cosura bermaksud untuk mengenalkan dan menyebarkan cosplay kepada masyarakat sebagai tren yang positif. Karena dengan cosplay selain bisa mengekspresikan kecintaan terhadap tokoh anime dan manga, cosplay bisa menjadi ajang menambah kreatifitas dan tentunya juga prestasi.

Untuk melaksanakan misinya, Komunitas Cosura memilih menggunakan media sosial. Facebook adalah media sosial yang dipilih oleh komunitas Cosura menjadi media sosial komunitas mereka. Dengan Facebook, diharapkan mampu menjadi sarana bagi Cosura menjadi sumber informasi bagi masyarakat untuk lebih mengenal cosplay.

Berdasarkan permasalahan diatas, Peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai pemanfaatan media sosial Facebook oleh komunitas Cosura Surabaya sebagai media informasi masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang Peneliti kemukakan diatas, maka menjadi dasar pemikiran Peneliti untuk merumuskan masalah, yaitu :

“Bagaimanakah Pemanfaatan Media Sosial Facebook oleh Komunitas Cosura sebagai Media Informasi Masyarakat ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Facebook sebagai media informasi bagi masyarakat

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi yang khususnya berkaitan dengan pemanfaatan media sosial untuk referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan deskripsi pemanfaatan media sosial bagi masyarakat luas dan menjadi wawasan baru bagi masyarakat yang belum mengenal media sosial.