

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan pustaka

2.1.1 Definisi Interaksi

Tingkat interaksi merujuk pada sejauh mana individu, kelompok, atau entitas terlibat dalam berinteraksi dengan orang lain atau dalam suatu sistem. Tingkat interaksi dapat bervariasi dari interaksi yang sederhana hingga interaksi yang kompleks, dan ini sering digunakan untuk mengukur atau menggambarkan tingkat keterlibatan atau partisipasi dalam situasi tertentu.

Interaksi di Media Sosial adalah komunikasi di dalam media sosial terhadap sebuah merek yang memungkinkan terjadinya perubahan perilaku user, dari user biasa menjadi interest user atau menjadi pengguna menjadi loyal terhadap suatu merek, serta mampu merekomendasi sebuah merek. (PRABANATA, 2022).

2.1.3 Definisi Intensitas

Intensitas adalah sejumlah rutinitas, keseringan, dan frekuensi yang dimiliki seseorang untuk melakukan sesuatu yang mereka senangi dalam kehidupan sehari-hari secara berulang-ulang. (Nadhiroh, Y. A. 2022).

Intensitas posting adalah sebuah aktifitas yang dilakukan secara terus-menerus dan secara sering berulang. Intensitas juga berhubungan dengan frekuensi, yaitu seberapa sering kegiatan tersebut dilakukan. (PRABANATA, 2022).

Adapun aspek-aspek intensitas media sosial menurut (Fricila et al., 2022) dalam Normasari (2004) yaitu:

1. Frekuensi

Frekuensi mengacu pada banyaknya pengulangan aktivitas dalam mengakses media sosial. Hal ini dapat bervariasi pada setiap individu, tergantung platform yang digunakan dan intensitas penggunaannya. Dalam satu hari, minggu, atau bulan, frekuensi akses media sosial dapat berbeda-beda.

2. Waktu Pelaksanaan

Waktu dalam konteks ini merujuk pada kombinasi frekuensi, intensitas, dan durasi penggunaan media sosial. Ketiga faktor ini saling terkait dan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang pola penggunaan media sosial seorang individu.

3. Durasi

Durasi mengacu pada lamanya waktu yang dihabiskan seseorang untuk mengakses media sosial. Durasi ini dapat diukur dalam satuan menit, jam, atau bahkan hari. Durasi penggunaan media sosial dapat berbeda-beda pada setiap individu, tergantung pada platform yang digunakan, intensitas penggunaannya, dan tujuan penggunaannya.

4. Materi

Materi dalam konteks ini mengacu pada sumber daya yang diperlukan untuk mengakses media sosial. Dalam mengakses media sosial tentu membutuhkan materi seperti kouta atau wifi.

2.1.5 Definisi Konten

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium baik secara langsung maupun tidak langsung seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah melalui telepon genggam (handphone). (Nurmuhammad & Pamungkas, 2020).

Konten merupakan informasi digital yang dapat berupa teks, esensi dan lem yang di tujukan kepada audiens, pengikut dan siapa saja yang melihat konten tersebut. Konten juga merupakan sebuah pesan yang disajikan kepada audiens untuk dipahami dan diterima. (Taula & Abidin, 2023).

Terdapat beberapa jenis konten yang sering digunakan oleh perusahaan dalam memberikan informasi terkait produk maupun jasa. (PRABANATA, 2022).

1. *Teks* (Tulisan)

Teks adalah jenis konten yang bisa dikatakan tradisional atau konvensional yang berupa tulisan, berupa berita (*news*), opini, feature, tinjauan (*review*) dan esai (*essay*).

2. *Gambar* (*Image, Picture, Photo*)

Gambar adalah sebuah karya seni yang didesain dengan maksud menampilkan nilai visual, konten jenis ini bisa didapat dari hasil jepretan kamera atau hasil desain grafis. Ada istilah, satu gambar bermakna lebih dari 1000 kata. Dengan keadaan ini menyebabkan jejaring sosial Instagram lebih populer karena dalam syarat membuat postingan, pengguna wajib memberikan foto atau video lalu pengguna dapat menambahkan teks atau tulisan.

3. *Video*

Video adalah suatu bentuk teknologi merekam, menangkap, memproses dan mentransmisikan serta mengatur menampilkan kembali hasil tangkapan yang bisa bergerak. Saat ini video menjadi konten yang populer dikalangan masyarakat. Menampilkan konten berupa video dalam Instagram dapat menjadi pilihan didalam menampilkan sebuah pesan atau ingin mempresentasikan sebuah kejadian.

4. *Infografis*

Infografis atau dalam Bahasa Inggris "*Infographic*" adalah gambar berisi informasi atau lebih dikenal dengan gabungan antara gambar dan teks yang memvisualisasikan sebuah data untuk kepentingan

menyampaikan sebuah informasi. Informasi atau data yang disampaikan biasanya disampaikan dengan fakta, bukan sebuah fiksi atau khayalan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

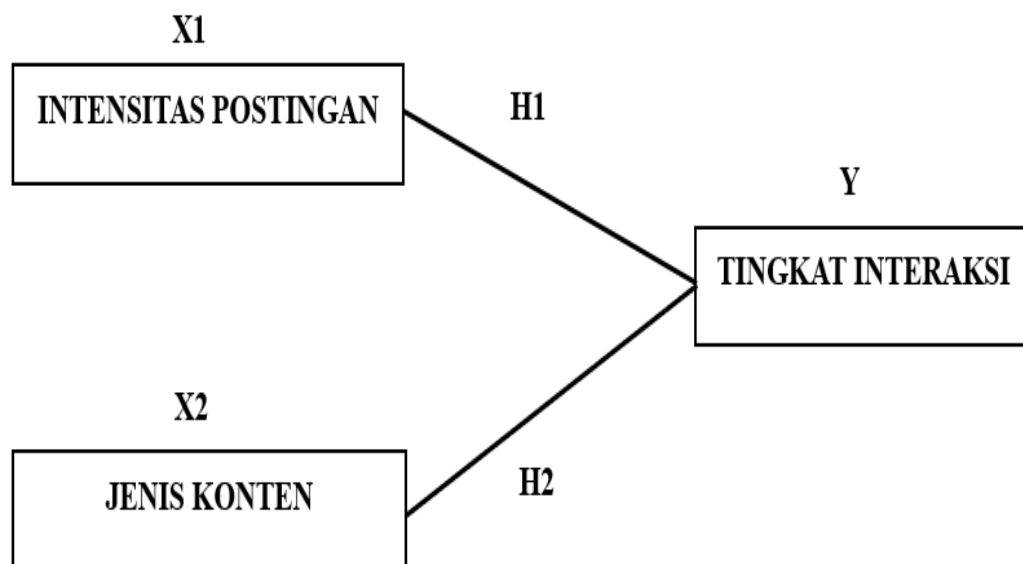
No	Nama	Judul	Hasil
1.	(Ningrum & Prihantoro, 2020)	PENGARUH INTENSITAS DAN MOTIF PENGGUNAAN MEDIA INSTAGRAM TERHADAP KEPUASAN MENDAPATKAN INFORMASI FOLLOWERS AKUN @soloinfo	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa di hubungan antara variabel signifikan.
2	(PRABANATA, 2022)	Peranan Online Engagement, Konten, Dan Intensitas Update Konten Pada Instagram Terhadap Citra Perusahaan PT Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai	Hasil penelitian menunjukkan bahwa online engagement, konten instagram dan Intesitas update konten berpengaruh signifikan terhadap Citra perusahaan.

3	(FALDA DESTHANIA, 2022)	EFEKTIVITAS KONTEN DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BALIKPAPANKU TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS DI BALIKPAPAN	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh kuat yang positif dan signifikan.
4	(SIREGAR, R. R. 2023)	PENGARUH INTENSITAS KOMUNIKASI VIRTUAL DALAM BERMAIN GAME GTA V ROLEPLAY SERVER INDOPRIDE TERHADAP PENINGKATAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL	Hasil dari penelitian ini menjawab rumusan masalah, yaitu intensitas komunikasi virtual dalam bermain game GTA V Roleplay berpengaruh positif terhadap peningkatan kemampuan komunikasi interpersonal

5	(PUSPITA, A. N. 2022)	PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @JOGJAFOODHUNTER TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS DAN TINGKAT POPULARITAS TEMPAT KULINER DI KOTA YOGYAKARTA	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diantara keduanya terdapat hubungan dengan tingkat korelasi yang kuat dan signifikan. Hal tersebut menunjukkan semakin menarik konten review yang diproduksi oleh akun instagram @jogjafoodhunter, maka akan meningkatkan minat pembelian dari produk kuliner yang telah dipromosikan
---	-----------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Data diolah peneliti, Desember 2023

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara/dugaan sementara terhadap masalah. Hipotesis tujuannya untuk mengetahui hubungan apa yang kita cari atau ingin dipelajari. Sebelum menyelesaikan masalah kita perlu tahu alternative dari penyelesaian masalah yaitu melalui hipotesis penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: H_0 : Intensitas Postingan tidak berpengaruh positif dan significant terhadap Tingkat Interaksi.

H_a : Intensitas Postingan memiliki pengaruh positif dan significant terhadap Tingkat Interaksi

H2: H_0 : Jenis Konten tidak berpengaruh positif dan significant terhadap Tingkat Interaksi.

H_a : Jenis Konten memiliki pengaruh positif dan significant terhadap Tingkat Interaksi