

LITERATURE REVIEW : TIGA MEDIA SOSIAL TERBANYAK DIMINATI DI INDONESIA TAHUN 2023 DAN PEMANFAATANNYA DI KALANGAN MASYARAKAT

Ainun Permana¹

¹Teknik Informatika, Universitas Pelita Bangsa, Cikarang Selatan, Indonesia
e-mail: ¹ainunpermana27@gmail.com

Abstract

The internet is present as a modern communication medium that makes the world easier to grasp. Social media is one of the developments of the internet, it makes the development of social media greatly increase every year. Almost everyone has a communication device that makes it possible to communicate and interact with everyone through social media. The development of social media in Indonesia has increased significantly. In fact, not only to communicate and interact, but social media can be used as a medium to develop talents, add confidence and can be used as a source of information that is happening today (current). This research was conducted to find out which three social media are most in demand and used for what social media among the public in 2023, precisely in Indonesia. The method in this study uses System Literature Review (SLR). The results of this study show the three most popular social media in 2023 in Indonesia and the use of these media among the public.

Keywords: Social Media; WhatsApp; Instagram; TikTok; Communication; Content

Abstrak

Internet hadir sebagai media komunikasi modern yang membuat dunia semakin mudah digenggam. Media sosial merupakan salah satu dari perkembangan internet, hal tersebut membuat perkembangan media sosial sangat meningkat setiap tahunnya. Hampir semua orang memiliki perangkat komunikasi yang memungkinkan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan semua orang melalui media sosial. Perkembangan media sosial di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Bahkan tidak hanya untuk berkomunikasi serta berinteraksi saja, namun media sosial bisa digunakan sebagai media untuk mengembangkan bakat, menambahkan kepercayaan diri serta bisa digunakan sebagai sumber informasi yang sedang terjadi saat ini (terkini). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tiga media sosial manakah yang paling banyak diminati serta dimanfaatkan untuk apakah media sosial di kalangan Masyarakat pada tahun 2023 tepatnya di Indonesia. Metode dalam penelitian ini dengan menggunakan System Literatur Review (SLR). Hasil dari penelitian ini menunjukkan tiga media sosial yang paling banyak diminati pada tahun 2023 di Indonesia serta pemanfaatan media tersebut di kalangan Masyarakat.

Kata Kunci : Media Sosial; WhatsApp; Instagram; TikTok; Komunikasi; Konten

1. PENDAHULUAN

Media sosial adalah sebuah media *online*, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, *social network* atau jejaringan sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaringan

sosial, wiki merupakan media sosial yang paling umum digunakan oleh Masyarakat di Indonesia (Afrini, 2011:24) [15].

Media sosial di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Melansir Data Reportal, di tahun 2023 terdapat total sebanyak 276

juta pengguna media sosial [8]. Media sosial bukanlah media pribadi melainkan media publik bagi seseorang [2]. Dengan menggunakan media sosial banyak merubah cara seseorang untuk berkomunikasi, hanya perlu menggunakan cara teknologi *digital* dan melibatkan media sosial saja sudah bisa berkomunikasi jarak jauh tanpa harus bertemu secara langsung atau hal ini bisa disebut dengan *virtual* [1].

Media sosial tidak hanya media yang digunakan untuk berkomunikasi saja, namun bisa digunakan untuk media mengeksplor diri, media hiburan, menambah wawasan serta bisa digunakan sebagai media pembelajaran [7]. Banyak sekali seseorang yang menggunakan media sosial untuk media belajar atau pembelajaran. Dengan membuat konten di berbagai platform media sosial yang biasa kita kenal dengan Youtube ataupun TikTok. Banyak orang membuat konten yang bersifat menghibur, memberi pengetahuan serta wawasan dan berbagai macam konten lainnya [4].

Konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu informasi yang tersedia pada media atau produk elektronik. Konten pada media ini bisa diartikan sebagai suatu alat yang menjadi media komunikasi antar pengguna elektronik. Konten biasanya diciptakan bertujuan untuk memotivasi konsumen dan mengikat mereka secara emosional dengan keuntungan dari menggunakan produk dan layanan anda [6].

Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial [3]. Karena dengan media sosial membuat pengguna lebih mudah untuk mendapatkan inspirasi dan menjadi lebih kreatif, dapat berteman serta berkomunikasi dengan semua orang, tidak ada lagi hambatan komunikasi, lebih mudah untuk mengetahui apa yang sedang terjadi di dunia (Widada, 2018) [11].

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

4.1. System Literature Review

Literature Review merupakan suatu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan cara membaca dan menelaah berbagai jurnal, buku dan berbagai naskah terbitan lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian untuk menghasilkan tulisan yang berkenaan dengan suatu topik atau isu tertentu (Marzali, 2016) [9].

4.2. Media Sosial

Menurut Widada (2018), media sosial adalah sebuah media *online*, dimana para pengguna bisa dengan mudah menggunakannya dan memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Konsep lainnya menyatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial [11]. Menurut Andres Kopian dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kopian dan Haenlein, 2010:59) [3].

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dibuat dalam metode penelitian *Literature Review* yang mana memberikan hasil pada data yang ada, serta penjabaran dari suatu penemuan sehingga dapat dijadikan suatu contoh untuk kajian penelitian dalam menyusun dan membuat penjelasan yang jelas dari isi masalah yang akan diteliti. Penulis mencari data atau bahan literatur dari berbagai jurnal-jurnal serta artikel yang dapat dijadikan suatu landasan yang kuat dalam isi atau pembahasan [12].

Adapun langkah-langkah dalam melakukan studi literatur menurut teori Kitchenham [14]. Yang mana (1) Menyesifikasikan *research question* yang ingin dijawab menggunakan metode yang digunakan. (2) Strategi pencarian. (3) Mendokumentasikan. (4) Menilai setiap studi primer yang potensial dengan kriteria inklusi dan eksklusif. (5) Menyesifikasikan informasi yang didapatkan untuk setiap studi primer termasuk kualitas untuk mengevaluasi setiap studi. (6) Dan *Systematic Literature Review* merupakan prasyarat dalam melakukan meta-analisis kuantitatif [13].

5.1. Research Question

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui media sosial yang paling banyak diminati pada tahun 2023 tepatnya di Indonesia. Oleh karena itu, berikut adalah beberapa pertanyaan yang sudah diidentifikasi untuk dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

- a. RQ1. Tiga Media sosial apa sajakah yang banyak diminati pada tahun 2023 di Indonesia?
- b. RQ2. Bagaimana media sosial tersebut diimplementasikan di kalangan Masyarakat?

5.2. Mengidentifikasi Kata Kunci dan Penelusuran Literatur

Penulis menetapkan kata kunci “Media sosial yang paling banyak diminati di kalangan Masyarakat serta pemakaiannya” yang akan digunakan dalam melakukan pencarian paper berdasarkan Google Scholer.

Berikut tahapan penelusuran yang dilakukan penulis dalam penelusuran literatur, yaitu :

Mengunjungi situs web :
<https://scholar.google.com/>.

Menulis kata kunci “Media sosial yang paling banyak diminati di kalangan Masyarakat serta pemakaiannya”.

Memilih tahun yang disediakan dengan ketentuan tahun 2013-2023.

5.3 Menentukan Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Dalam menyortir penelitian yang sesuai, penulis menentukan beberapa kriteria yang termasuk (inklusi) dan bukan termasuk (eksklusi) terkait paper yang dibahas, sebagai berikut :

Kriteria Inklusi

- a. IC1. Penelitian diperoleh dari Google Scholar.
- b. IC2. Penelitian berfokus pada media sosial yang paling banyak diminati pada tahun 2023 tepatnya di Indonesia dan penggunaannya di kalangan Masyarakat.

Kriteria Eksklusi

- a. EC1. Penelitian tidak membandingkan perkembangan media sosial dari tahun ke tahun.

5.4. Menentukan Kriteria Penilaian Kualitas (Quality Aseessment)

Adapun untuk memastikan bahwa paper yang digunakan memiliki kualitas yang sesuai, maka penulis menyertakan beberapa kriteria dalam menilai kualitas paper sebagai berikut :

- a. QA1. Apakah tujuan dari penelitian diartikulasikan dengan jelas?
- b. QA2. Apakah penelitian didukung oleh data-data yang *relevan* dan *valid*?

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

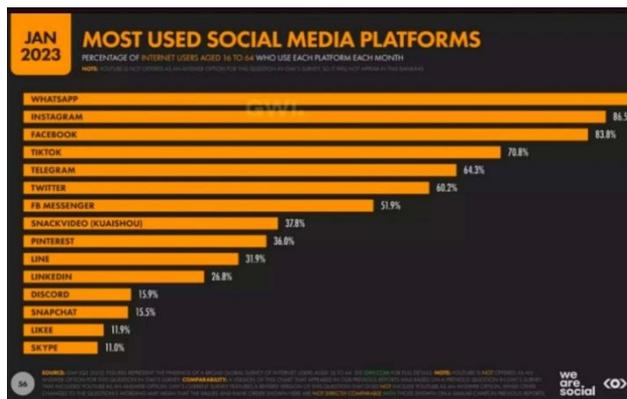
RQ1. Tiga Media sosial apa sajakah yang banyak diminati pada tahun 2023?

Berdasarkan hasil penelitian, pada Gbr.1 menunjukkan bahwa populasi pengguna media sosial sangat banyak. Terlihat pada gambar tersebut bahwa populasi pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 276.4 juta orang atau pengguna.

Dan Berdasarkan hasil penelitian, pada Gbr.2 menunjukkan bahwa media sosial yang paling banyak digunakan pada tahun 2023 tepatnya di Indonesia adalah WhatsApp dengan jumlah pengguna sebesar 92.1%, Instagram dengan jumlah pengguna sebesar 86.5%, Facebook dengan jumlah pengguna sebesar 83.8%, dan TikTok dengan jumlah pengguna sebesar 70.8%.

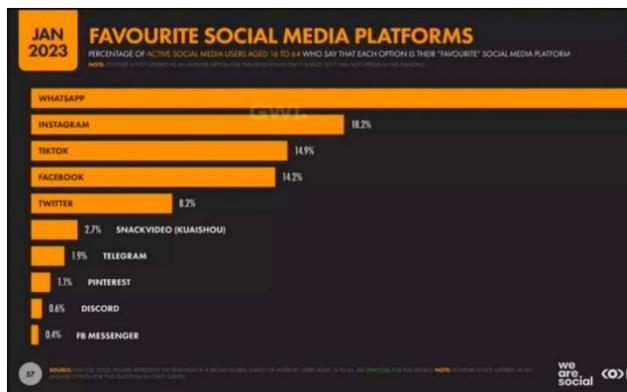


Gbr 1. Hootsuite we are social



Gbr 2. Hootsuite we are social

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa pada Gbr.3 menunjukkan media sosial yang paling banyak diminati pada tahun 2023 tepatnya di Indonesia. Namun penelitian ini hanya akan mengambil tiga media sosial yang paling banyak diminati. Oleh karena itu, maka tiga media sosial yang paling banyak diminati pada tahun 2023 tepatnya di Indonesia adalah WhatsApp dengan banyak peminat hingga 35.5%, Instagram dengan banyak peminat hingga 18.2%, dan TikTok dengan banyak peminat hingga 14.9%.



Gbr 3. Hootsuite we are social

Terdapat Pengertian serta penjelasan tentang tiga media sosial yang paling panyak diminati pada tahun 2023 tepatnya di Indonesia :

1. WhatsApp

Jumiatmoko (2016) mengatakan, WhatsApp merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan setiap penggunaanya dapat saling berbagi berbagai macam konten sesuai dengan

fitur penduduknya. WhatsApp juga memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan bantuan layanan internet. Sependapat dengan Jumiatmoko, menurut Pranajaya dan Hendra Wicaksono, WhatsApp merupakan media sosial yang paling populer yang dapat digunakan sebagai media komunikasi [17].

Selain mudah digunakan WhatsApp tidak dikenakan biaya atau gratis (Pranajaya dan Hendra Wicaksono, 2017). Fitur-fitur dalam WhatsApp yaitu *gallery* untuk menambahkan foto, *contact* untuk menyisipkan kontak, *camera* untuk mengambil gambar, *audio* untuk mengirim pesan suara, *maps* untuk mengirimkan berbagai koordinator peta, bahkan *document* untuk menyisipkan file berupa dokumen, semua file tersebut dapat dalam sekejap dikirim pada aplikasi gratis tersebut [17].

2. Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak fungsinya, kita bisa melakukan apa saja yang bisa kita lakukan, pada dasarnya adalah bebas berekspresi. Instagram ini bukan media sosial yang kaku, Instagram dapat membuat orang lain lebih tahu identitas personal seseorang sebenarnya seperti apa, mereka tidak perlu susah payah perkenalan dan lain-lain, orang lain yang melihat akun Instagram kita bisa menyimpulkan sendiri kepribadian kita melalui cerita yang kita *upload* [16].

Instagram merupakan salah satu media sosial dimana kita bisa memilih orang yang kita ajak gabung sebagai teman kita, kitapun bisa menolak pertemanan jika kita memang tidak menginginkannya. Inilah yang dinamakan bahwa suatu komunitas berdiri atau terbentuk dengan sendirinya sesuai dengan yang kita inginkan [16].

3. TikTok

TikTok mendapatkan tiga kategori konten, terutama konten hiburan seperti video-video lucu atau humoris, video kesenian ataupun video berisikan tips-tips. Kemudian

terdapat konten pembelajaran yang berfungsi tidak hanya untuk memberikan pengetahuan tapi juga menambahkan wawasan [5].

TikTok menjadi salah satu penyedia atau sumber informasi bagi penggunanya, dimana informasi ini dapat digunakan untuk kegiatan atau keperluan studi. Aplikasi ini tidak hanya digunakan untuk media hiburan saja tetapi juga bisa menjadi sumber informasi, sehingga aplikasi ini bisa digunakan oleh semua kalangan Masyarakat diberbagai usia [5].

RQ2. Bagaimana media sosial tersebut diimplementasikan di kalangan Masyarakat?

Secara umum, Katz, Gurevitch dan Hass berkeyakinan terhadap tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang diklarifikasikan ke dalam lima kelompok : Kebutuhan Kognitif (yang berkaitan dengan keteguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan); Kebutuhan Efektif (yang menjawab tentang pengalaman yang dirasakan); Kebutuhan Integratif Personal (yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi); Kebutuhan Integratif Sosial (kebutuhan ini didasarkan dengan adanya keinginan individu untuk berafiliasi); Kebutuhan Berkhayal (yang berkaitan dengan pelepasan ketegangan atau hiburan) (Yusup, 2009:338-339) [16].

1. WhatsApp

WhatsApp (WA) telah dimanfaatkan oleh tokoh Masyarakat untuk berkomunikasi dalam menyampaikan pesan kepada sasarannya. Tokoh Masyarakat memanfaatkan WA sebagai media komunikasi dalam menyampaikan pesan, informasi yang disampaikan lebih efektif dan merupakan kepuasan tersendiri karena menggunakan teknologi informasi. Dengan WA pesan lebih cepat diterima oleh sasaran (Trisani, 2017) [17].

Pemanfaatan program WhatsApp sangat efektif dengan dukungan fitur-fiturnya dibandingkan aplikasi pesan instan lainnya. Kecepatan pengiriman

pesan tanpa waktu lama dan tertunda, mampu beroperasi dalam kondisi sinyal lemah, kapasitas pengiriman data teks, suara, foto dan video yang besar, tanpa gangguan iklan. WhatsApp sebagai salah satu media alternatif dalam memberikan informasi dan meningkatkan kinerja (Andi Miladiyah, 2017) [17].

2. Instagram

Masyarakat Indonesia senang menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman *travelling*, tren terbaru, dan komunikasi *mobile first* juga telah mendorong hasil bisnis yang berdampak besar ataupun kecil di Indonesia. Instagram banyak digunakan untuk kebutuhan kognitif, efektif, integrasi personal, integrasi sosial dan kebutuhan berkhayal atau hiburan [16].

Media Instagram dapat memainkan peran penting dalam menjaga emosional remaja agar tidak terlampaui stres dan tetap dalam kondisi prima untuk menjalankan rutinitas sehari-hari. Instagram juga bisa menjadi sumber informasi ter *up-date* yang ada di dunia. Pengguna masih bisa mengikuti berita dan informasi saat ini [16].

3. TikTok

TikTok banyak digunakan oleh Masyarakat Indonesia untuk berkeaktivitas. Aplikasi ini dapat dimanfaatkan untuk macam-macam video yang belum pernah terpikirkan sebelumnya, seperti *dubbing* dan menyanyi duet dengan orang lain [5].

Aplikasi sosial video pendek ini (TikTok) yang dapat membuat atau bahkan sering digunakan *user* untuk menjadi *content creator*, dikarenakan aplikasi ini memiliki dukungan musik yang banyak sehingga penggunanya dapat melakukan performanya dengan tarian, gaya bebas yang dapat mendorong kreativitas penggunanya. TikTok juga bisa dijadikan sumber informasi dan komunikasi. Sehingga pengguna tidak tertinggal berita ataupun informasi saat ini (terkini) [5].

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa penelitian yang dilakukan pada literatur jurnal yang ditulis pada tahun 2023-2024. Bahwa tiga media sosial yang paling banyak diminati pada tahun 2023 adalah WhatsApp, Instagram dan TikTok. Terhadap tiga media sosial yang paling banyak diminati pada tahun 2023 tepatnya di Indonesia, ketiganya memiliki suatu kesamaan yaitu berfungsi serta dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi serta mendapatkan informasi, memudahkan mendapatkan informasi secara cepat dan terkini. Media sosial tersebut dapat diakses oleh Masyarakat seluruh dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Astari Clara Sari, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti And Nurul Ainun, "Komunikasi Dan Media Sosial", *Jurnal The Massenger* 3(2), 69, 2018
- [2] Witanti Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja", *Communication* 8(1), 51-65, 2017
- [3] Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi", *Competence : Jurnal Of Management Studies* 11(2), 2017.
- [4] Hendra Junawan And Nurdin Laugu, "Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia", *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, Vol. 4 No. 1, Juni 2020, Issn 2580-9903.
- [5] Yohana Noni Bulele And Tony Wibowo, "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok", Volume 1 Nomor 1 Edisi, 566-572, Agustus 2020.
- [6] Finy F., Basarah And Gustina, "Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial", *Jurnal Abdi Masyarakat* 5, No.2 (2020):24.
- [7] Muhammad Yusi Kamhar And Erma Lestari, "Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi", *Jurnal Ilmu Pendidikan P-* Issn: 2656-8675 E-Issn: 2656-601x, Volume 1 Nomor 2 Bulan Juni Tahun 2019.
- [8] Hootsuite We Are Social, *Digital-2023-Indonesia*.
- [9] Bella Pratiwi, Ichsan Budiharto And Suhaimi Fauzan, "Literature Review : Hubungan Kecerdasan Emosional Dengan Kenakalan Remaja Pada Remaja Madya".
- [10] Alauddin Makassar, "Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru", 7417, Vol.3 No.8 Januari 2023.
- [11] Faidah Yusuf, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi And Angri Lismayani, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera", *Jhp2m: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, <https://Journal.Unm.Ac.Id/Index.Php/Jhp2m> Volume 2 | Nomor 1 | April |2023 E-Issn: 2962-8776.
- [12] Windy Andriani, "Penggunaan Metode Sistematis Literatur Review Dalam Penelitian Ilmu Sosiologi", *Jurnal Ptk Dan Pendidikan*, E-Issn: 2460-1780 Vol. 7, No. 2, Juli – Desember 2021 (124-133).
- [13] Syifa Fauziyah And Yuni Sugiarti, "Literature Review: Analisis Metode Perancangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web", *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer Fakultas Ilmu Komputer*, Vol. 8, No. 2, September 2022 (P) Issn 2442-451x (O) Issn 2503-3832.
- [14] Barbara Kitchenham, "Procedures For Performing Systematic Reviews".
- [15] Puguh Kurniawan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh", *Kompetensi*, Vol 11, No 2, Oktober 2017.
- [16] Witanti Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja", *Jurnal Communication* Viii, Nomor 1, April 2017.
- [17] Rahartri, "“Whatsapp” Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah Di Kawasan Puspipstek)", *Visi Pustaka* Vol. 21, No. 2, Agustus 2019.