

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang sudah modern seperti sekarang ini teknologi telah berkembang pesat, masyarakat terbawa dampak dari kecanggihan teknologi, seperti adanya media social. Masyarakat baik yang muda-tua, pria-wanita semuanya pasti sudah memiliki yang namanya media social, mereka melakukan komunikasi melalui media dari satu orang ke orang banyak.

Secara tidak langsung mereka semua kecanduan dan asyik dalam menggunakan aplikasi yang ada di media sosial. Apalagi ditambah dengan fitur-fitur yang ada di media social menambah daya tarik seseorang untuk berlama-lama dalam menggunakan media sosial.

Media social adalah sebuah saluran atau sarana untuk pergaulan social yang dilakukan secara online melalui jaringan internet. Para pengguna media social atau bisa juga disebut dengan user ini bisa melakukan komunikasi atau berinteraksi, berkirim pesan, baik pesan teks, gambar, audio hingga video saling berbagi atau sharing dan juga membangun jaringan atau networking.

Contoh media social sendiri yang saat ini paling umum digunakan adalah BBM (blackberry messenger), WhatsApp, Line, Facebook dan yang terpopuler yang banyak diakses oleh anak muda zaman sekarang adalah Instagram. Menurut situs Instagram, aplikasi Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, aplikasi ini dirilis pada tahun 2010 bulan Oktober.

Menurut Florencia Inne Puspitasari (2014), ada empat kebutuhan remaja yang mendorong mereka untuk melakukan hal seperti itu, selain mencari hiburan dan jati diri dengan melihat hasil postingan sendiri dan dilihat oleh orang lain itu sudah menjadi kepuasan tersendiri, baik itu berupa foto ataupun video, khususnya postingan yang lucu-lucu termasuk salah satunya adalah video pralaya yang sedang lagi menggelak.

Ada dua kebutuhan yang menonjol dengan urutan dari yang paling atas yaitu kebutuhan *play* (83,3%), *exhibition* (70%).

1. Kebutuhan *play* adalah kebutuhan untuk bersenang-senang dengan orang lain tanpa mempunyai tujuan tertentu. Biasanya pengguna merasa senang dan gembira ketika mendapat respon dari orang lain serta mendapatkan like juga sudah mengindikasikan bahwa orang lain menyukai postingan yang dibuat.
2. Kebutuhan *exhibition* adalah kebutuhan untuk membuat suatu kesan, dilihat, didengar dan membuat orang lain tertarik, terhibur, kagum, kaget, terpesona dan terpicat. Pengiriman foto atau video dalam Instagram dilakukan individu, sebenarnya hanya untuk ingin orang lain yang terhubung dengannya di Instagram memberi ucapan “selamat” atau “hai” akan suatu hal.

Secara umum, melalui Instagram remaja dapat menyalurkan kebutuhan mereka, namun disisi lain lain memiliki dampak negative. Dengan mengirm video atau foto dapat menjadi provokator perbandingan social dan dapat menjadikan perasaan orang rendah hati dan iri. Ketika kita melihat postingan orang lain sangat dikagumi oleh orang banyak, secara tidak sadar diri kita merasa iri dan juga ada keinginan untuk melakukan itu juga, situasi ini disebut dengan iri spiral.

Mengunggah video atau foto ke dalam Instagram dapat mengaburkan batas privasi seseorang, hal ini dapat terjadi karena tampilan dalam Instagram lebih mengutamakan gambar dan banyak orang yang menampilkan gambar atau foto yang bersifat personal bagi mereka.

Pengguna media social Instagram biasanya menginginkan reaksi dari teman-teman mereka, orang sekitar dan saling memberikan komentar dan like dari foto maupun video yang telah diupload di akun Instagramnya sendiri. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah jejaring media social yang digunakan sebagai tempat menyebarkan dan berbagi informasi, berinteraksi dengan orang banyak, serta dapat mengenal lebih dekat dengan sesama pengguna Instagram melalui foto-foto, video-video yang diupload.

Di media sosial memang menjanjikan aktivitas virtual yang lebih memudahkan para pengguna akun menampilkan fitur-fitur, bertukar pikiran, mengirim pesan (DM), bahkan mengkomentari suatu pesan dengan mencamtumkan simbil-simbol berupa teks maupun visual seperti gambar, foto, video yang keberadaanya sudah menghiasi media sosial. Perkembangan media social sekarang ini, semakin melahirkan banyaknya media sosial yang menawarkan

aktivitas virtual yang menggiurkan, seperti contohnya adalah Instagram yang saat ini sudah sangat diminati oleh seluruh orang di dunia, khususnya saat dia mengunggah video dan foto.

Media Instagram menjadi media social yang sangat favorit karena penggunanya dapat menshare kehidupan pribadinya melalui bentuk visual dan audio. Pada prakteknya, Instagram bagaikan sebuah jurnal pribadi yang berbentuk album foto virtual para pengguna akunnya, dimana mereka dapat mengunggah foto dan video apapun yang mereka inginkan, setiap saat kapanpun, menentukan lokasi foto dimanapun, serta menuliskan judul di dalamnya.

Media social layaknya instagram kerap dimanfaatkan sebagai ajang arena mencari kepopuleritasan dengan cara melalui membuat video yang lucu dan menghibur, bagaimanapun caranya yang penting video tersebut dapat membuat orang banyak tertawa dan tersenyum. Kecenderungan masyarakat mempergunakan foto dan video sebagai fungsi social.

Fitur-fiturnya juga saat itu hanya bisa mengupload foto dan video, menyukai atau tidak postingan yang pengguna unggah. Disini pengguna juga bisa berteman dengan orang-orang dari berbagai belahan dunia, salah satunya dengan cara *follow*. Bahkan yang semulanya kita tidak bisa berteman dengan artis idola disini bisa melakukan itu semua, termasuk mengirim pesan singkat atau bisa disebut DM.

Sekitar awal tahun 2016, Instagram mempunyai sebuah fitur baru, yakni kita bisa secara live video dengan berlatar suasana apa yang kita rasakan disaat itu juga. Disinilah awal vlog itu mulai, dari tahun ke tahun pengguna semakin banyak yang ngevlog, bahkan Instagram mengalahkan youtube sebagai media social terpopuler. Semua kalangan bisa merasakan bagaimana rasanya vlog, baik pria-wanita, remaja, dan juga orang dewasa. Orang sekarang bilang kekinian.

Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi foto dan video kepada teman-teman sesama atau para netizen pengguna aplikasi Instagram. Foto-foto di Instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat kedepannya tentang masa lalu yang pernah dilaluinya, terkadang dengan melihat itu semua kita bisa mengetahui dengan mengenang memory-memory yang telah kita unggah di Instagram, dapat mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi dan telah terjadi.

Instagram merupakan social media yang begitu sangat populer dan berfokus pada foto dan video saja. Dari hasil survey Lembaga Mark Plus Insight menyatakan bahwa 5,9% pengguna

Instagram adalah remaja yang berada pada usia 15-22 tahun. Hal ini wajar karena dengan mengirim foto atau video ke dalam social media, sebenarnya remaja terhubung dengan orang lain secara luas dengan demikian maka kebutuhan remaja untuk menjalin relasi social dengan orang lain akan dapat terpenuhi.

Instagram juga merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan untuk mengirim video dan foto, pengguna media social di Indonesia dalam satu hari paling sedikit mengirim 51.500 foto ke Instagram. (Hidayatullah, 2014)

Dalam artikel jurnal Florencia Inne Puspitasari (2014), mengirim foto ke dalam Instagram dapat membuat individu memperoleh umpan balik dari orang lain dan sebagai sarana untuk belajar dan memperoleh banyak teman dan dikenal orang banyak.

Selain itu Instagram juga sebagai sarana untuk update status secara visual atau bercerita pada orang lain melalui foto yang diunggahnya. Alasan remaja sebagai pengguna media sosial itu sesuai dengan perkembangan remaja itu sendiri, yaitu lebih muda untuk mengikuti suatu perubahan atau perkembangan yang terjadi ada termasuk perkembangan media sosial. (Aryaguna, 2012)

Dari hasil survei menunjukan terdapat 76% remaja yang mengirim foto atau video di Instagram. Pengiriman foto atau video ke dalam social media membuat remaja terhubung dengan orang lain secara luas atau global dengan kegiatan demikian maka kebutuhan remaja untuk mencari teman baru di social media akan memudahkan mereka mencari tantangan dan relasi social dengan orang lain akan terpenuhi.

Apalagi media social sekarang sudah dilengkapi dengan fitur-fitur yang membuat remaja sekarang kelihatan kecanduan dengan ditambahkannya fitur-fitur tersebut, salah satu contohnya video instagram. video instaram sendiri ini ialah seseorang dapat merekam atau memvideo kejadian-kejadian yang dialaminya saat itu juga dengan maksud memberitahukan kepada para netizen (warga net) apa yang telah dilakukannya sekarang

Salah satu dari sekian banyak social network tersebut adalah Instagram. Saat ini banyak sekali orang yang menggunakan media social Instagram. Pada awalnya Instagram sendiri berkembang dari aplikasi iPhone untuk berbagi foto hingga sekarang menjadi sebuah perusahaan

social internet yang berkembang. iPhone merupakan telepon genggam pintar (*smartphone*) yang dikeluarkan oleh Apple Inc.

Instagram juga dapat digunakan pada *iPad*, *iPad Touch* dan *Android*, yang banyak beredar dipasaran, sehingga mudah para pengguna *smartphone* selain iPhone menggunakan media Instagram menarik perhatian 7 juta pengguna baru yang telah mengunduh 150 juta foto didalam Instagram. Sampai saat ini, belum ada spam diantara para pengguna dan aktivitas dari para lebih sering untuk menyukai sebuah foto dan memberi komentar tersebut.

Perkembangan video instagram sampai saat sekarang memang mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Sejak kemunculan instagram, perkembangan selebgram ini memang cukup populer dibanyak negara. Namun untuk Indonesia, perkembangan instagram belum begitu lama. Belum banyak para pengguna instagram yang aktif sebelum tahun 2012. Baru setelah 2012, banyak muncul channel-channel populer di instagrm yang dibuat oleh orang Indonesia. Media baru adalah semua bentuk media yang menggabungkan tiga unsur C, yaitu: *computing and information technology* (IT), *communication network* dan *convergence (ditigalized media and information content)*.

Media baru yang dapat juga disebut digital media, memiliki ciri-ciri dimana informasi menjadi mudah dimanipulasi, berjejaring, padat, mudah diperkecil dan seolah tidak punya pemilik. Sebagian kalangan menganggap media baru berbeda dengan media social. Media social merupakan seluruh bentuk media jejaring di internet yang berfungsi untuk menciptakan jejaring komunitas virtual, seperti facebook dan twitter. Pada kesempatan ini media social dipandang sebagai dari media baru, artinya media social salah satu bentuk media baru.

Kemudian setelah tahun 2014, mulailah muncul para pengguna instagram Indonesia yang mampu menyediakan beragam konten-konten viral yang mengguncang dunia. Sebetulnya sbelum tahun 2012-2013, aktivitas para kaum di media sosial di Indonesia lebih didominasi oleh blogging dalam situs blog. Blogger konten tulisan sangat banyak dan populer di Indonesia bahkan beberapa diantaranya sangat terkenal di dunia internet. Sebelum sampai di Indonesia media social instagram sudah menjaring di belahan beberapa negara di dunia, memang tak bisa dipungkiri bahwa Indonesia selalu terlambat dalam hal kecanggihan teknologi. Indonesia selalu tertinggal di

belakang dengan negara-negara lain, bayangkan saja butuh bertahun-tahun agar media vlog contohnya bisa masuk ke Indonesia dan langsung mewabah ke masyarakat Indonesia.

Mungkin orang-orang Indonesia sebelumnya mengetahui video instagram melalui instagram dan media social lainnya, begitu instagram menjadi viral barulah masyarakat Indonesia tertarik menggunakan vidgram itu sendiri. Tetapi apa jadinya jika yang melakukan vidgram tersebut adalah seorang pria atau lelaki yang alay.

Jika dilihat dari historikalnya istilah alay (anak lebay/anak layangan) muncul ditujukan terhadap anak-anak remaja yang norak, kampungan dan lebay. Tetapi belakangan, kosakata alay mengalami perluasan makna, bukan hanya anak-anak remaja yang gayanya kampungan, norak dan lebay saja, kata alay kini sudah melebar kearah fashion, Bahasa tulisan dan juga pose saat berfoto (narsisme), mungkin ini merupakan metode baru bagi kalangan ABG untuk selalu eksis.

Tapi bagaimana jadinya yang ikut-ikutan alay adalah seorang pria, yang secara harfiah telah mempunyai simbolik kejantanan, bersikap cool terhadap segala suasana. Perubahan sikap pria yang mereka miliki dengan kemaskulinannya berubah seketika dengan adanya fenomena alay-isme, secara tidak langsung perubahan itu nampak pada saat berada dilingkungan sekitar yang kebetulan bergaul dengan sekumpulan para remaja alay. Para pria juga penasaran dengan fenomena disekitar dan ikut merasakan, bagaimana dampak perubahan zaman yang sudah kecanduan teknologi ditambah dengan adanya media social.

Sebelum pria-pria zaman sekarang mengenal apa itu yang namanya media social, masih belum ada gaya kelayan, sejatinya tidak menjadi seperti sekarang ini, yang lagi viral-viralnya dunia maya. Apa yang dilakukan pria-pria tersebut telah mengikuti perubahan zaman, biar bisa dikenal banyak orang dan tidak disangka kudet (kurang update).

Seorang pria bahkan bukan hanya dari kalangan remaja, hingga pria dewasa sekitaran 21 tahun ke atas banyak yang kecanduan bermain media social. Setelah itu apa yang dilakukan, mereka berlomba-lomba mencari kepopolaritasan agar menjadi dikenal banyak orang. Meskipun khususnya bagi pria harus menyimpang dari gender mereka karena keberadaan budaya modern yang sudah berubah.

Perubahan pria dalam menggunakan media social tidak terlepas dari beberapa faktor lingkungan dan keviralan dunia maya, seperti mereka mengikuti gaya seorang idolanya, teman-teman, dan orang-orang sekitar. Tak ayal perubahan gender pun mulai nampak ketika sudah kecanduan dan terus-menerus melihat tayangan-tayangan yang terdapat di media social, lalu mempraktikkannya persisi sama dengan apa yang ditonton. Pada zaman dulu, sebelum media social masih belum sevirial-viral sampai sekarang, seorang pria tidak ada yang sebegitu alay nya. Sisi maskulintiasnya masih tetap terjaga didalam diri setiap individu pria-pria.

Kebudayaan modern sudah merubah segalanya, bukan hanya teknologi, tapi juga individu disetiap manusia sudah mulai berubah. Perubahan ini ada yang bersifat positif dan negative, tergantung diri kita masing-masing, bagaimana menyikapinya, baik dan buruknya.

Apalagi dengan ditambahkan media social baru-baru ini di tahun 2018 yang begitu sangat viral, yaitu Tik-tok. Aplikasi ini seakan-akan telah menghipnotis semua umat manusia, khususnya Indonesia yang menggunakannya. Tik-tok sendiri adalah sebuah aplikasi yang membuat video tentang dirinya sendiri, dari teman, pacar, hingga suatu kelompok atau komunitas. Aplikasi ini sejatinya sangat membahayakan bagi generasi muda, karena dapat mempengaruhi otak. Sejauh ini bagi orang yang kontra terhadap aplikasi ini menyebutnya sebagai aplikasi gila.

Selain Tik-tok, masih ada juga Instagram dan youtube yang bisa membuat para netizen terkenal dan menjadi viral. Bagi para pria, maskulin bukan hanya identitas gender semata, meskipun kebanyakan pria yang menganggap biasa saja. Banyak para pria diluar sana yang sudah kehilangan maskulinitasnya hanya dengan adanya kebudayaan modern yang merubah segalanya. Berbicara tentang maskulinitas pada pria memang terkesan agak tabu dikalangan semua orang, apalagi didepan para wanita. Para wanita sangat menyukai dengan pria macho, maskulin, gentle, cool (keren), mereka menganggap bahwa biasanya pria yang seperti itu bakal bertanggung jawab terhadap pasangannya, lebih mendapatkan perlindungan dibandingkan dengan pria yang alay dan sedikit agak feminism.

Terkadang ada sebagian wanita yang merasa geli dan jijik, terhadap para pria yang suka membuat video-video alay. Mereka berkomentar negatif kalau tak semestinya pria sampai melakukan gerakan-gerakan yang super alay, tetapi tak sedikit juga yang berkomentar positif, memuji, dan bahkan sampai dibuat tertawa dengan aksi kocak sang pria.

Pada dasarnya, Bahasa alay adalah Bahasa komunitas kaum remaja yang biasanya digunakan dalam situasi bersifat informal. Remaja adalah yang unik dan misterius. Mereka adalah kelompok yang sedang mencari jati diri, dan berada pada masa transisi dalam upaya menuntukan arah masa depan kehidupannya kelak. Jika diamati lebih jauh lagi, kalangan alay banyak mengukuhkan eksistensi mereka melalui situs jejaring social semacam facebook, Instagram, twitter. Dari situs-situs semacam itulah dapat diketahui bahwa kalangan alay kebanyakan berusia antara 14-25 tahun.

Pada dasarnya mereka dalam fase perkembangan kejiwaan yang sedang labil, mencari jati diri, ingin keluar dari lingkungan keluarga dan lebih ingin dianggap sebagai teman-teman sebayanya, sehingga mereka mencoba hal-hal baru. Kata-kata dalam bahasa Alay juga tidak mempunyai standar yang pasti karena tergantung pada suasana hati seseorang saat membuat kata tersebut.

Walaupun bahasa Alay memiliki standar penulisan yang jauh berbeda dengan bahasa Indonesia, orang yang sering menggunakan bahasa tersebut cepat mengerti apa yang ditulis oleh lawan mainnya.

Harus diakui bahwa kemunculan suatu bahasa baru tentu saja akan berpengaruh pada perkembangan dunia bahasa itu sendiri, baik itu pengaruh yang positif ataupun pengaruh yang negatif, tak terkecuali bahasa Alay itu sendiri. Pertanyaannya sekarang ini adalah apakah bahasa Alay sudah termasuk ke dalam kategori bahasa yang mengganggu.

Jawabannya tentu saja kembali lagi pada penggunaan bahasa tersebut. Penggunaan bahasa sandi itu tentu saja akan menjadi masalah bila digunakan dalam komunikasi massa karena lambang-lambang yang mereka pakai tak dipahami oleh segenap khalayak media massa, atau dipakai dalam komunikasi formal secara tertulis.

Jadi, bahasa Alay dapat dianggap merusak tatanan bahasa Indonesia apabila telah digunakan dalam situasi yang formal seperti yang telah dijelaskan di atas. Sebagian yang menentang bahasa ini umumnya adalah orang dewasa atau orang yang sudah lanjut usia. Padahal kalau dilihat dari sejarahnya, bahasa seperti ini juga ada pada zaman dahulu, yakni bahasa Gaul.

Internet masuk ke Indonesia pada tahun 1990 ketika B.J Habibie menjabat sebagai Menteri riset dan teknologi (1978-1998). Habibie sekaligus merupakan Menteri pertama yang punya website di internet, pada tahun 1986 dewan riset nasional yang dipimpin oleh Habibie

merekomendasikan agar dilakukan pengembangan layanan sains dan teknologi di tanah air yang kemudian mengkristal dengan terbentuknya jaringan informasi internet IPTEK.net pada tahun 1989 yang dikelola dibawah Badan Penilaian dan Penerapan Teknologi.

Pada tahun 1998/1999, warung internet (warnet) mulai bermunculan didekat kampus UGM, UNY, dan UAJY Mrican di Yogyakarta. Seiring dengan penetrasi internet dari dunia bisnis yang begitu gencar, dunia Pendidikan khususnya perguruan tinggi juga berlomba-lomba untuk go online. Dari fasilitas wireless zone sudah tidak asing lagi di dunia kampus saat ini.

Maka tidak heran juga pengguna internet di Indonesia hingga kuartar pertama tahun 2010 mencapai 30 juta orang dengan tingkat penetrasi pada tingkat 12,5%, bahkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia atau APJII memprediksi tahun 2014 terdapat 107 juta pengguna internet di Indonesia, artinya ada tren peningkatan partisipasi masyarakat Indonesia di internet secara signifikan setiap tahunnya. (Gumgum Gumilar, 2015)

Perilaku pada dasarnya berorientasi pada tujuan. Dengan kata lain, perilaku pada umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Tujuan spesifik tidak selamanya diketahui dengan sadar oleh yang bersangkutan. Dorongan yang memotivasi pola perilaku individu yang nyata dalam kadar tertentu berada dalam alam bawah sadar, sedangkan komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok di dalam menerima atau menyampaikan pesan yang diindikasikan dengan adanya partisipasi, hubungan dengan sisitem sosial, kekosmopolitan, hubungan dengan agen pembaharu, keaktifan mencari informasi, pengetahuan mengenai hal-hal baru (Soekidjo Notoatmojo, 2007).

Komunikasi adalah suatu hal yang penting dalam kehidupan ini. Manusia memerlukan komunikasi untuk berinteraksi satu sama lain, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat berdiri sendiri dan memerlukan bantuan orang lain. Seperti yang dikemukakan oleh Jallaludin Rahmat, mengatakan sebagai berikut: “komunikasi selalu hadir dalam bidang kehidupan manusia, karena merupakan faktor yang sangat penting dalam menumbuhkan hubungan antara manusia, melalui komunikasi manusia dapat mengadakan tukar menukar pengetahuan dan pengembangan kerjasama.

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Profesor Wilbur Schramm menyebutkan bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi.

Perilaku komunikasi adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber dan untuk menyebarluaskan informasi kepada pihak manapun yang memerlukan. Perilaku komunikasi pada dasarnya berorientasi pada tujuan dalam arti perilaku seseorang pada umumnya dimotivasi dengan keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu.

Komunikasi adalah suatu hal yang penting dalam kehidupan ini. Manusia memerlukan komunikasi untuk berinteraksi satu sama lain, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat berdiri sendiri dan memerlukan bantuan orang lain. Seperti yang dikemukakan oleh Jallaludin Rahmat, mengatakan sebagai berikut: “komunikasi selalu hadir dalam bidang kehidupan manusia karena merupakan faktor yang sangat penting dalam menumbuhkan hubungan antara manusia, melalui komunikasi manusia dapat mengadakan tukar menukar pengetahuan dan pengembangan kerjasama”.

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Profesor Wilbur Schramm menyebutkan bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perilaku komunikasi pria alay di Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui perilaku komunikasi pria alay di Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan informasi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura.
2. Sebagai pengetahuan kepada para praktisi komunikasi agar bisa menjadi bahan referensi
3. Sebagai prasyarat kelulusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura