

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Teori New Media

Teori new media merupakan alat atau wadah penyampaian pesan informasi yang disalurkan melalui teknologi internet. Teori ini dikembangkan oleh Perre Levy beliau mengemukakan bahwa media baru ialah teori yang membahas tentang perkembangan media. Teori ini berhubungan dengan perkembangan teknologi komunikasi diantaranya yaitu media sosial yang menjadikan salah satu media untuk berkomunikasi. (Surahmat & Rismayanti, 2022)

New media atau media baru telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi pengguna usia muda, dan karena kemudahan aksesnya dari media baru, seperti internet, telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Media baru memungkinkan pengguna memilih dan menyesuaikan konten yang mereka terima sesuai dengan kebutuhan dan minat pribadi mereka, dalam hal ini yang membedakan media baru dari media tradisional.

Teori new media memiliki karakteristik, menurut Denis Mc Quail menjelaskan 6 karakteristik new media diantara sebagai berikut:

1. Digital

Semua informasi diubah menjadi angka. hal Ini terjadi dalam komunikasi dan representasi media, ketika data seperti teks, grafik, foto, dan lainnya diproses dan disimpan dalam bentuk angka dan kemudian dikirim ke disk digital, memori drive, atau internet. Selanjutnya, data diterjemahkan dan ditampilkan sebagai tampilan layar dan dikirim kembali melalui jaringan telekomunikasi.

2. Interaktif

Berbeda dengan media lama, yang bersifat pasif dan sulit untuk mendapatkan kritik secara langsung, media baru memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara aktif, baik memberikan maupun menerima informasi, serta memberikan kritik dalam waktu nyata.

3. Hypertextual

Potongan teks yang menghubungkan pengguna ke halaman web lainnya atau teks yang saling terkait satu sama lain muncul di era media baru, terutama di jaringan internet.

4. Virtual

Virtual merupakan representasi "seolah-olah" nyata.. Virtual juga merupakan cara interaktif untuk berkomunikasi melalui cyberspace atau ruang maya.

5. Simulasi

Simulasi adalah simulasi atau representasi dari suatu fenomena atau kejadian dengan efek dramatis tambahan. Dalam simulasi, peristiwa masa lalu disajikan kembali dengan efek khusus.

6. Jaringan

Internet tidak berguna tanpa pengguna. Dalam hal ini, internet memungkinkan pengguna berinteraksi dan bertukar informasi dengan membangun hubungan.

Adapun selain karakteristik, media baru juga memiliki fungsi. Menurut Denis Mc Quail fungsi media baru adalah sebagaiberikut:

1. Pendidikan

Berperan penting dalam bidang pendidikan dengan memfasilitasi akses ke informasi, mempermudah proses belajar, dan memungkinkan pertukaran informasi antara siswa dan pendidik.

2. Bisnis

Memfasilitasi pemasaran dan promosi produk melalui media online seperti marketplace dan perangkat mobile. Selain itu, memungkinkan pembukaan bisnis lintas wilayah.

3. Informasi

Memberikan informasi aktual dan otentik tentang berbagai peristiwa dan situasi untuk memberi tahu audiens.

4. Hiburan

Memberikan hiburan kepada pengguna melalui cerita, film, serial, komik, dan konten lainnya, yang mengisi waktu mereka dengan rekreasi dan hiburan.

5. Sosialisasi

Membantu orang berinteraksi satu sama lain, memudahkan interaksi sosial, dan memungkinkan orang berhubungan dengan orang dari seluruh dunia.

Fungsi-fungsi ini menunjukkan betapa pentingnya new edia dalam banyak aspek kehidupan, seperti pendidikan, bisnis, informasi, hiburan, dan sosialisasi.

2.1.2 Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi merupakan teori yang membahas tentang bagaimana ide atau gagasan baru dan teknologi tersebar dalam suatu kebudayaan. Teori difusi inovasi merupakan perpaduan dari kata difusi dan inovasi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata difusi memiliki arti berupa penyebaran atau perembesan sesuatu berupa kebudayaan, teknologi, atau ide dari suatu pihak ke pihak lain, sedangkan inovasi memiliki arti sebagai pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, yakni sebuah pembaruan. (Syasdawita, 2022a)

Teori difusi inovasi dipopulerkan oleh Everett Rogers, menjelaskan teori ini merupakan proses inovasi yang di salurkan melalui beberapa saluran dan jangka waktu dalam tatanan sistem sosial. Teori yang dikemukakan Rogers tersebut yakin bahwa inovasi yang terdifusi ke seluruh masyarakat dengan pola yang dapat diprediksi. Rogers juga mendefinisikan difusi inovasi sebagai sebuah proses yang mengkomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif. Makna inovasi demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial. (Rahmandhani, Awaluddin, & Nugraha, 2018)

Diffusi inovasi memiliki tujuan yaitu mengadopsi ide atau ilmu pengetahuan oleh individu atau kelompok sosial tertentu. ada beberapa karakteristik yang dapat mempengaruhi tingkat adopsi. Berikut adalah empat karakteristik yang dapat mempengaruhi difusi inovasi.

1. Keuntungan relatif

Keuntungan relative ini dikatakan sebuah inovasi yang baik maupun tidak lebih baik dari sebelumnya. Tolak ukur dalam keuntungan relative ini ialah seseorang dapat merasakan langsung dampak dari inovasi atau ide ini apakah puas atau tidak. Jika keuntungan semakin besar dirasakan maka inovasi akan semakin cepat juga diadopsi oleh kelompok tertentu.

2. Kesesuaian

Kesesuaian ini terfokus kepada seberapa besar inovasi yang sesuai dengan lingkungan, budaya, dan nilai nilai atau norma di masyarakat. Jika inovasi dengan mudah dan cepat diterima maka akan lebih cepat juga diadopsi.

3. Kerumitan.

Dalam hal ini menunjukkan seberapa sulit untuk memahami dan menerapkan inovasi di lingkungan masyarakat. Semakin kompleks kesulitan menerapkan inovasi maka semakin sulit untuk diterima, dan sebaliknya.

4. Dapat diuji coba

Dalam hal ini adopter mencoba uji dalam skala kecil supaya adopter mengetahui baik atau tidaknya sebelum mengadopsi secara keseluruhan.

5. Kemampuan diamati

Merupakan sebuah kemampuan untuk mengamati sejauh mana orang lain dapat melihat hasil dari inovasi. Orang atau kelompok orang lebih cenderung mengadopsi inovasi yang lebih mudah dilihat. Jika semakin kecil kerumitan, maka inovasi tersebut diadopsi lebih cepat.

Menurut Rogers terdapat empat elemen pokok sebagai proses difusi inovasi. Berikut ini adalah elemen pokok yang terdapat pada teori difusi inovasi antara lain:

1. Inovasi

Dapat diartikan sebuah ide atau konsep yang dianggap baru.

2. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi berfungsi sebagai alat atau penghubung dalam menyampaikan pesan- pesan sebuah inovasi dari komunikator kepada penerima.

3. Jangka Waktu

dalam proses ini terjadi sebuah proses pengambilan keputusan seseorang dari mulai mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolak.

4. Sistem Sosial

System sosial sangat penting bagi pengambilan keputusan dan memecahkan masalah demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Terdapat beberapa proses tahapan yang dilakukan dalam mengambil sebuah keputusan inovasi,berikut tahapan tahapan dalam pengambilan keputusan:

1. Tahap Munculnya Pengetahuan

tahap memperluas informasi mengenai inovasi baru. Dalam hal ini ada 3 proses yaitu, kesadaran akan adanya sebuah inovasi, pengetahuan dalam penggunaan inovasi, mengetahui sebuah fungsi dari inovasi tersebut.

2. Tahap Persuasi

Dalam tahapan ini seseorang dapat membentuk sikap dalam menyetujui atau tidak menyetujui sebuah inovasi. Mereka akan mencari tahu lebih dalam lagi informasi tentang inovasi baru tersebut.

3. Tahap Keputusan

Dalam tahap ini seseorang dapat membuat keputusan terkait dalam sebuah inovasi tersebut. Ada beberapa faktor dalam tahap keputusan ini, yaitu praktik, kebutuhan, keinovatifan, nilai atau norma dalam sistem sosial.

4. Tahap Pelaksana

Tahapan ini ialah orang yang memilih untuk mengadopsi inovasi baru dan menerapkannya dalam kehidupan mereka, perubahan tingkah laku merupakan ciri dari proses kognitif.

5. Tahap Konfirmasi

Dalam tahapan ini seseorang akan terus mengevaluasi hasil dari inovasi, apakah inovasi tersebut akan digunakan atau tidak. Jika seseorang berhenti menggunakan inovasi tersebut maka terjadi ketidakpuasan individu terhadap inovasi tersebut.

2.1.3 Teknologi Komunikasi

Menurut Roger teknologi komunikasi merupakan sebuah nilai nilai sosial dimana individu memproses dan tukar menukar informasi dari individu ke individu lain. Teknologi komunikasi merupakan suatu hal yang merujuk pada barang atau alat yang dapat digunakan untuk menunjang proses komunikasi. Teknologi komunikasi memberikan kemudahan bagi para penggunanya dari hal tersebut maka

masyarakat dituntut untuk mengenal dan memahami teknologi komunikasi agar memberikan dampak yang efektif dan efisien.

Teknologi komunikasi yang pesat dapat mengubah, memajukan, dan mempercepat proses kerja komunikasi. Perubahan ini mengubah cara kerja komunikator, pengirim pesan, media, cara penerima pesan sehingga terjadi *feedback* atau timbal balik. Dengan perkembangan teknologi komunikasi yang pesat membuat kita dituntut siap dalam mempelajari cara penggunaan teknologi sehingga masyarakat terhindar dari buta teknologi.

Teknologi komunikasi memberikan dampak yang sangat berpengaruh dalam perkembangan media. Produk-produk teknologi komunikasi dan media membuat manusia tidak bisa lepas sehingga memberikan dampak bagi manusia. Dengan hal ini manusia semakin membutuhkan media baru untuk komunikasi dengan orang lain. Media tidak hanya dalam bentuk media massa dan media elektronik akan tetapi media jejaring sosial juga semakin berkembang dan terkenal atau populer.

Kemajuan teknologi telah mendukung untuk berkomunikasi secara cepat, mudah dan praktis, berikut beberapa alat kemajuan teknologi diantaranya; email, blog, media sosial, vlog, podcast, streaming langsung, mengobrol online, konferensi web, mengirim pesan atau sms, forum dan lain-lain.

2.1.4 Aplikasi

Dari sudut pandang ilmu komputer, aplikasi merupakan perangkat lunak yang beroperasi pada sistem tertentu untuk melakukan perintah atau tugas-tugas tertentu. Secara etimologi kata aplikasi berasal dari "*application*" yang berarti penggunaan

ataupun penerapan. Aplikasi yang dikembangkan biasanya dapat dijalankan banyak system operasi. cara pengembangannya, terdapat tiga jenis aplikasi, diantaranya ialah

1. Aplikasi mobile

Aplikasi ini dikembangkan untuk dijalankan khusus di perangkat mobile dan telepon seluler.

2. Aplikasi Dekstop

Aplikasi ini dikembangkan atau dijalankan untuk PC ataupun laptop.

3. Aplikasi web

Aplikasi ini dijalankan untuk menggunakan komputer dan menggunakan koneksi internet.

Sebuah aplikasi dapat dikatakan berkualitas jika memenuhi kriteria atau syarat dibawah ini:

1. Dapat digunakan oleh banyak *platform*
2. Aplikasi dapat membantu kebutuhan pengguna *gadget*
3. Cepat merespon sebuah instruksi yang kita berikan pada *gadget*

Aplikasi membawa kemudahan bagi para pengguna dalam berbagai hal atau segala bidang. Dibawah ini manfaat yang aplikasi berikan kepada kita sebagai berikut

1. Bidang Kesehatan

Aplikasi yang digunakan sebagai pendata pasien, rekam medis, dan lain sebagainya.

2. Bidang Pendidikan

Manfaat aplikasi untuk pendidikan yaitu untuk menambah wawasan dan memperkaya bahan ajaran. Contohnya seperti aplikasi power point yang digunakan untuk menyajikan data maupun materi menggunakan animasi untuk menarik perhatian.

3. Bidang Bisnis

Dalam hal bisnis aplikasi dapat membantu menghitung laba ataupun kerugian suatu perusahaan sehingga mempercepat waktu karena pengerjaannya tidak menggunakan manual lagi.

4. Bidang Militer

Membantu mengoptimalkan pekerjaan militer mulai dari mengoptimalkan waktu dan mengefektifkan segala bentuk kegiatan yang dikerjakan. Contohnya seperti system navigasi yang sederhana secara manual.

Aplikasi merupakan program yang saling berhubungan dan dapat digunakan untuk melakukan berbagai aktivitas atau kegiatan manusia. Aplikasi dapat digunakan untuk mengelola data, bermain permainan, memenuhi kebutuhan masyarakat, memberikan layanan niaga, dan banyak lagi. Pengguna aplikasi bisa memanfaatkan teknologi untuk memecahkan masalah yang terjadi dan untuk mencapai tujuan tertentu. (Ardiana & Erawan, 2019a)

2.1.5 Strategi Komunikasi

Menurut Effendy strategi komunikasi merupakan perencanaan yang efektif dalam menyampaikan suatu pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan sehingga dapat mengubah atau merubah sikap dan perilaku seseorang. Strategi

komunikasi memiliki komponennya yang meliputi komunikator, pesan, media, penerima hingga mendapatkan *feedback* yang dirancang agar komunikasi berjalan dengan efektif dan efisien. Menurut Fill jenis strategi komunikasi dibagi menjadi tiga teori utama, diantaranya sebagai berikut:

1. *Pull strategy*

Merupakan strategikomunikasi yang bertumpu pada keberhasilan dalam meraih khalayak sebanyak mungkin tujuannya untukmeningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku.

2. *Push strategy*

Strategi ini berfokus pada kemampuan bekerja yang mengarah pada loyalitas anggota atau pemberi pesan.

3. *Profile Strategy*

Strategi ini dilakukan untuk mempertahankan citra atau nama baik perusahaan sehingga perusahaan mendapatkan hubungan yang baik dengan relasi atau konsumen.

Menurut Pace, Peterson dan Burnet mengklasifikasikn tujuan strategi komunikasi sebgai berikut:

1. *To secure understanding.*

Hal ini bertujuan terciptanya kesepahaman dalam komunikasi.jika paham dan menerimanya, maka selanjutnya harus dibina. Komunikator memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang disampaikan.

2. To establish acceptance.

Berkaitan dengan cara penerimaan tersebut terus dibina dengan baik. Setelah komunikasi mengerti maka tahap berikutnya adalah pembinaan.

3. To motive action.

Berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan untuk mendorongnya. Komunikasi strategi menggunakan makro dan pyramidal vertikal.

Beberapa tahapan atau Langkah-Langkah dalam stategi komunikasi yang dapat diikuti, yaitu;

1. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah analisis dari temuan masalah yang ditafsirkan dengan kekuatan. Sehingga dapat mempertimbangkan Tindakan apayang harus yang diambil.

2. Implementasi strategi

bergantung pada alokasi dan manajemen sumber daya. Dapat dibuktikan dengan adanya pembentukan struktur organisasi dan mekanisme manajemen yang sesuai dengan budaya perusahaan.

3. Evaluasi Strategi

Ini dilakukan untuk menjadi dasar strategi lain yang akan diterapkan. Evaluasi juga untuk menentukan seberapa jauh sasaran telah dicapai.

Cultip mengatakan bahwa untuk mempermudah pelaksanaan strategi komunikasi, kita harus mengetahui Langkah Langkah taktis guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Adapun prinsip yang dimaksud sebagai berikut;

1. Membingkai Pesan

Menyusun pesan komunikasi dengan mengetahui secara langsung dari dekat serta mengetahui kebutuhan, minat, dan perhatian

2. Semantik

Ilmu tentang arti kata . untuk itu kita harus mengerti arti kata yang digunakan dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami.

3. Simbol

Symbol menawarkan cara komunikasi langsung. Simbol digunakan untuk meningkatkan dan menyampaikan pesan secara kompleks.

4. Hambatan atau Stereotip

Terdapat beragam hambatan sosial diantaranya, hambatan usia, hambatan Bahasa, hambatan ekonomi dan politik.

2.2 Penelitian Terdahulu

H.Munandar dan M Suherman (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial. Prosiding hubungan masyarakat (2016) 0(0) 423- 430 ISSN: 2460-6510. Penelitian ini meneliti bagaimana pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh Ridwan Kamil di media sosial berupa facebook, teitter, Instagram, telegram sebagai saluran media penyampaian pesan kepada masyarakat Bandung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kepemimpinan dan teori new media. Tujuan dari penelitian

inin adalahh mengetahuiproses komunikasi Ridwal Kamil dalam penggunaan saluran media sosial. (Munandar & Suherman, 2016)

Nathalia H dan Irwansyah I. Aplikasi Transportasi Online Gojek bentuk dari kontruksi sosial teknologi dalam media baru. Mediator jurnal Komunikasi (2018) 11 (2) 227-235. Kehidupan masyarakat modern tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Manusia dapat melakukan aktivitas sehari-hari dengan bantuan teknologi. Apakah manusia menciptakan teknologi, atau teknologi membentuk manusia? Teori Kontruksi Sosial Teknologi berpendapat bahwa manusia menentukan teknologi. Teori ini berusaha menjawab pertanyaan tersebut. Kontruksi sosial teknologi berarti bahwa masyarakat membutuhkan dan menghasilkan teknologi berdasarkan kebutuhan sosial. Artinya, teknologi dan manusia tidak akan pernah bisa bersatu. Manusia akan terus membutuhkan teknologi, dan mereka akan terus berinovasi untuk membuat teknologi baru yang lebih mudah untuk semua hal yang dilakukan manusia dalam kehidupan mereka. Adanya aplikasi transportasi online seperti GO-JEK menawarkan solusi untuk mengatasi kemacetan di masyarakat.(Nathalia & Irwansyah, 2018

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun Terbit,	Judul Penelitian	Temuan Penelitian
1	Sholihul Abidin, (2022)	Sholihul Abidin, (2022). Sosialisasi pencegahan Covid-19 Dengan Pembagian Masker, Perbaikan Peralatan Elektronik, Dan Kegiatan Bakti Sosial Di Masjid. <i>Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri</i> , 1, 1–4. Retrieved from https://mandycmm.org/index.php/jpmm/article/view/224/415	Kegiatan Pengabdian Masyarakat (KPM) kelompok 1 telah selesai dilaksanakan dengan baik serta lancar walaupun situasi masih dalam suasana terdampak wabah Covid- 19. Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat dilakukan dengan bentuk kegiatan yaitu, Perancangan kegiatan fisik untuk Masyarakat.
2	Annahwa et al., (2022)	Annahwa, F. T., Candra, R. M., Irsyad, M., & Safaat H, N. (2022). Desain	Jumlah orang yang memilih transportasi

		<p>UX Aplikasi Layanan Informasi Transportasi Umum Di Pekanbaru Menggunakan Metode Design Thinking. <i>Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (JNKTI)</i>, 5(3), 513– 521. https://doi.org/10.32672/jnkti.v5i3.4454</p>	
--	--	---	--

			<p>umum menunjukkan bahwa kebutuhan akan transportasi semakin meningkat. Kota pekan baru, ada banyak jenis angkutan umum, termasuk Trans Metro Pekan baru (TMP), angkutan kota, bus kota, dan lain lain. Namun informasi tentang transportasi dan pariwisata Kota Pekan Baru masih sangat kurang. Studi tersebut menemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh pengguna kendaraan umum di Pekanbaru. Maslah utama dalam kasus ini adalah kurangnya informasi</p>
--	--	--	--

			<p>detail tentang kendaraan umum di kota ini. Karena itu kami menawarkan solusibaru denganmenggunakan metode design thingking untuk merancang pengalaman pengguna. Kami berharap produk yang dibuat mmenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna. Studi ini menunjukkan bahwa aplikai transportasi umum baru baru ini dapat membantu orang untuk mengakses informasi kendaraan secara langsung.</p>
--	--	--	---

3	Schoeneborn et al., (2019)	Schoeneborn, D., Kuhn, T. R., & Kärreman, D. (2019). <i>The Communicative Constitution of Organization, Organizing, and Organizationality. Organization Studies</i> , 40(4), 475–496. https://doi.org/10.1177/0170840618782284	<i>Although the lion's share of scholarship in management and organization studies conceives of organizations as entities within which communication occurs, "Communication Constitutes Organization" (CCO) scholarship has attracted interest because it makes a productive reversal, that is, by asking how organization happens in communication. Over the past decade, Organization Studies has become the key</i>

			<p><i>scholarly outlet for CCO thinking in the management and organization studies field. Accordingly, in this paper we discuss seven articles that have appeared in this journal as evidence of the perspective's centrality. We first situate CCO theorizing within the linguistic turn, and position CCO with respect to other lines of scholarship underwritten by a rich conception of language and discourse. We examine the varied ways CCO thinking</i></p>
--	--	--	---

			<p><i>has found organization in communication, locating in the seven articles productive tensions between the process of communication, on the one hand, and organization, organizing, and organizationality, on the other. We contribute to CCO scholarship with reflections on these three theoretical orientations and provide a set of possibilities for its further development.</i></p>
--	--	--	---

4	Indiaranto & Somantri,(2017)	Perancangan aplikasi informasi jadwal dan rute bus rapid tansit trans semarang berbasis sistem operasi android <i>Transmisi</i> , 19(3), 125. https://doi.org/10.14710/transmisi.19.3.125-137	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa selain dapat mencari rute bus yang perlu ditempuh pengguna, aplikasi ini juga dapat menampilkan halte di sekitar pengguna, menampilkan daftar halte dan menampilkan jadwal bus yang sedang beroperasi. Aplikasi ini telah berhasil diimplementasikan pada beberapa perangkat keras dengan merek dan spesifikasi yang berbeda. Sistem
---	----------------------------------	--	---

			<p>mampu melakukan pencarian rute dengan rata-rata durasi waktu sebesar 5242 ms dan rata-rata ukuran respon sebesar 880 bytes. Pada penelitian selanjutnya, penulis berharap pengembang dapat menerapkan Google Places API pada sistem ini dan membuat fitur jadwal pada halte khusus untuk koridor halte tersebut.</p>
5	Rahmandhani, Awaluddin, & Laila Nugraha, (2018)	Pembuatan Aplikasi Bus Trans Semarang Berbasis Mobile GIS pada Smartphone Android. <i>Jurnal Geodesi Undip</i> , 7(4), 8–18.	<p>Dalam pembuatan aplikasi Tans Semarang ini dibuat untuk platform Android menggunakan</p>

			<p>software Android Studio yang didukung dengan emulator Android Visual Device dan Database PostgreSQL untuk pembuatan database halte. Untuk menampilkan peta pada aplikasi, menggunakan Google Maps API Key. Dari pembuatan aplikasi dapat dihasilkan sebuah aplikasi Trans Semarang dengan sistem informasi berbasis Android menggunakan sistem Location Based Service sebagai penentu posisi pengguna pada mobile</p>
--	--	--	--

			GIS yang dapat dimanfaatkan untuk mempermudah pengguna mencari lokasi halte terdekat.
6	Syasdawita, (2022)	Difusi Inovasi Aplikasi Pengaduan Online Masyarakat APEKESAH Kota Batam Tahun 2020 (Studi di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batam) <i>Journal of Governance Innovation</i> , 4(1), 84–100. https://doi.org/10.36636/jogiv.v4i1.68 6	Pada indikator jangka waktu, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa jangka waktu masyarakat dalam mengadopsi aplikasi apekesah berbeda-beda. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti bagaimana seseorang memperoleh informasi tentang inovasi maupun beberapa faktor lainnya seperti usia,

			<p>pendidikan, lingkungan serta beberapa kondisi lainnya yang memengaruhi individu dalam mengadopsi inovasi aplikasi apekesah.</p>
7	NADILA ZAHARA FARADYS, (2022)	<p>Strategi Komunikasi GoFood Bertahan Saat Pandemi COVID-19: Analisis Difusi Inovasi GoFood Indonesia.</p> <p><i>JURNAL LENSA MUTIARA KOMUNIKASI</i>, 6(1), 139–154. https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i1.2937</p>	<p>Mengacu pada kampanye J3K tersebut maka strategi komunikasi GoFood yaitu menciptakan berbagai inovasi dengan memanfaatkan sumberdaya teknologi yang dimilikinya</p> <p>untuk membantu masyarakat dapat beradaptasi lebih cepat di tengah masa pandemi COVID-19.</p>

8	Idah et al., (2020)	<p>Aplikasi penentu rute dan waktu tempuh ke halte transjakarta terdekat dengan algoritme dijakarta berbasis location base system.</p> <p>Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer, 7(4), 653.</p> <p>https://doi.org/10.25126/jtiik.2020741680</p>	<p>Aplikasi penentuan rute dan waktu tempuh ke halte Transjakarta dengan Algoritme Dijkstra berbasis mobile dapat memberikan gambaran perjalanan menuju halte terdekat.</p> <p>Aplikasi juga dapat menampilkan daftar rekomendasi halte Transjakarta</p>
9	Ardiana & Erawan, (2019)	<p>Aplikasi BRT Trans Semarang Berbasis Android</p> <p><i>Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer</i>, 7(4), 653.</p> <p>https://doi.org/10.25126/jtiik.2020741680</p>	<p>Aplikasi BRT Trans Semarang yang menjadi tujuan penelitian telah berhasil dikembangkan.</p> <p>Aplikasi ini diharapkan dapat membantu dan memudahkan para</p>

			<p>pengguna sarana transportasi umum BRT atau masyarakat yang ingin menggunakannya.</p> <p>Fitur peta halte dalam aplikasi dapat memberikan informasi tentang letak shelter di 7 koridor serta menambahkan fitur filter halte untuk memberikan informasi 7 rute koridor. Fitur pencarian rute dalam aplikasi dapat memberikan informasi rute beserta koridor dan shelter yang dilalui.</p>
--	--	--	--

10	Fadli Shaza & Hirawan, (2019)	Pembangunan sistem monitoring bus trans batam berbasis internet of things di Dinas perhubungan Kota Batam. <i>Journal of Governance Innovation</i> , 4(1), 84–100. https://doi.org/10.36636/jogiv.v4i1.686	Sistem yang telah dibangun dapat memberikan informasi kepada pengguna bus trans batam melalui website yang dapat diakses melalui smartphone mengenai bus seperti peta trayek bus trans batam, jumlah koridor bus trans batam, lokasi bus, estimasi kedatangan bus pada halte dan halte tujuan yang sedang dituju oleh bus
11	Widodo & Permatasari, (2020)	Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Bekasi dalam	Strategi komunikasi pemerintah kota Bekasi dalam melaksanakan program Smart City dilakukan melalui

		<p>Program Bekasi Smart City</p> <p><i>ETTISAL : Journal of Communication</i>, 5 (1).</p> <p>https://doi.org/10.2111/ejoc.v5i1.34</p> <p><u>5</u></p>	<p>sosialisasi. Sosialisasi sebagai langkah dan upaya awal agar program dapat dipahami serta dijalankan oleh seluruh perangkat stakeholder dan masyarakat.</p> <p>Sosialisasi program Smart City di Kota Bekasi dilakukan melalui tiga tahapan setelah perencanaan, yakni mensosialisasikan program Smart City kepada unsur pemerintah dan tim pelaksana, mensosialisasikan program Smart City kepada berbagai dinas</p>
--	--	--	--

			dan stakeholder, serta mensosialisasikan program Smart City kepada masyarakat.
12	Surahmat & Rismayanti, (2022)	Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Difusi Teknologi Pengolahan Limbah Air (Studi Kasus IPAL Dusun Giriharja dan Biotoilet SDN Babakan Sinyar) <i>Jurnal Komunikasi Pembangunan</i> , 20 (02), 155–168. https://doi.org/10.46937/202022412 22	Strategi komunikasi pembangunan dalam difusi inovasi pengolahan air limbah yang dilakukan oleh PRLTB BRIN mengedepankan strategi komunikasi par ticipatori dan desain instruksional. Pada implementasi teknologi IPAL Biogas di Dusun Giriharja Sumedang, tim riset PRLTB BRIN mengedepankan

			<p>komunikasi interpersonal dengan para pemimpin pengrajin tahu di Dusun Giriharja, sedangkan pada penerapan uji coba toilet pengompos di SDN 210 Babakan Sinyar Kota Bandung, desain instruksional berupa pengarahan aksi untuk memanfaatkan Toilet Pengompos menjadi strategi utama.</p>
13	<p>FINA TAMIMA ANNAHWA, (2022)</p>	<p>Desain ux Aplikaselayanan Informasi transportasi umum di Pekanbaru</p>	<p>Dengan penerapan metode Design Thinking telah ditemukan berbagai permasalahan yang</p>

		<p>Menggunakan metode <i>design Thinking</i></p> <p><i>Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (JNKTI)</i>, 5(3), 513–521.</p> <p>https://doi.org/10.32672/jnkti.v5i3.4454</p>	<p>dialami oleh pengguna kendaraan umum di Pekanbaru.</p> <p>Permasalahan utama yang ditemukan dalam kasus ini adalah kurangnya informasi rinci tentang kendaraan umum yang terdapat di Kota Pekanbaru. Sehingga kami memberikan solusi baru dengan merancang sebuah aplikasi layanan informasi transportasi umum di Pekanbaru.</p>
14	Lianjani, (2018)	<p>Strategi Komunikasi pemerintahan Kota Tangerang Selatan dalam</p>	<p>Pemerintah Kota Tangerang Selatan membentuk Seksi Pengembangan SDM TIK dan Kerjasama Smart City untuk</p>

		<p>mensosialisasikan program smart <i>city</i>.</p>	<p>melakukan tugasnya sebagai seksi yang fokus kepada program smart city. Seksi Pengembangan SDM TIK dan Kerjasama Smart City melakukan penelitian dengan meninjau kembali program smart city yang masih bisa berjalan dengan yang sudah tidak bisa berjalan. data atau hasil penelitian tersebut berupa buku Tinjauan Blue Print Program Smart City yang kan menjadi masterplan dalam menjalankan program smart city.</p>
--	--	---	--

15	Ramadhani & Prihantoro, (2020)	<p>strategi Komunikasi Pembangunan PemerintahKabupaten Bojonegoro dalamMenerapkanNawacita dan Tujuan PembangunanBerkelanjutan</p> <p><i>Jurnal Komunikasi Pembangunan, 18(02), 117–129.</i></p> <p>https://doi.org/10.46937/1820202891</p> <p>3</p>	<p>Strategi komunikasi pembangunan dalam menerapkan Nawacita dan Sustainable Development Goals (SDGs) yang diterapkan Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Bojonegoro dapat diikuti oleh daerah lain dengan menyesuaikan kondisi masyarakatnya. Kondisi masyarakat harus diperhatikan untuk mengetahui saluran komunikasi yang tepat agar nilai-nilai Nawacita dan SDGs dapat diterima masyarakat dengan</p>
----	--------------------------------	---	---

			<p>baik. Selain itu, pengemasan nilai-nilai Nawacita dan SDGs juga dapat dipadukan dengan budaya-budaya yang masih mengakar di masyarakat serta dikemas dengan istilah yang mudah dipahami.</p>
16	Anindya Putri, (2019)	<p>Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online kitabisa.com</p> <p><i>Jurnal Komunikasi Pembangunan</i>, 17(2) https://doi.org/10.46937/17201926843</p>	<p>Untuk mendorong partisipasi khalayak agar bertransformasi dari donasi offline ke donasi online, Kitabisa.com mempunyai strategi komunikasi melalui penggunaan media sosial. Strategi tersebut adalah dengan cara</p>

			<p>mengunggah konten yang berisi storytelling dan format video dalam setiap kampanye yang akan dilakukannya di media sosial yang digunakan. Dengan format video, rekaman dapat diputar berulang-ulang kali sehingga menarik perhatian masyarakat yang ingin berdonasi di kampanye sosial tersebut dibandingkan format foto. Kampanye media sosial yang dilakukan oleh Kitabisa.com selama</p>
--	--	--	---

			ini menjangkau banyak khalayak yang memiliki ketertarikan yang sama dengan tujuan Kitabisa.com.
17	Dewa Ayu Ambarawati & Wirya Darma, (2021)	Strategi komunikasi stgas covid-19 dalam mensosialisasikan prokes kepada lansia di Desa penatahan. <i>kaibon abhinaya : jurnal pengabdian masyarakat</i> , 3(2), 95–98. https://doi.org/10.30656/ka.v3i2.3143	Dalam upayanya melakukan sosialisasi kepada lansia perlu adanya strategi komunikasi yang efektif, guna terjadinya hubungan timabal balik yang sempurna antara komunikator dan komunikan. Pada pengabdian masyarakat di Desa Penatahan, mengenai edukasi kepada lansia tentang protokol kesehatan yang

			<p>dianjurkan di tengah pandemi.</p> <p>Dengan menerapkan strategi pendekatan persuasif dan edukatif kepada lansia guna menyampaikan informasi mengenai protokol kesehatan.</p> <p>Strategi ini efektif karena antara komunikator dan komunikan dapat bertemu secara langsung sehingga terjadi hubungan timbal balik yang dipatkan dari proses komunikasi yang dilakukan.</p>
18	Suswanto & Setiawati, (2020)	Strategi komunikasi	Masyarakat diminta untuk melakukan

		<p>pemasaran shopee dalam membangun postionng di tengah pandemic Covid – 19 di Indonesia.</p> <p><i>Jurnal Ilmu Komunikasi</i>, 3(2), 16–29. Retrieved from http://52.221.78.156/index.php/linimsa/article/view/2754</p>	<p>aktivitasnya di rumah dan mematuhi anjuran pemerintah untuk menjaga jarak sosial, juga dikenal sebagai social distancing, selama pandemi virus COVID-19 sedang merebak. Shopee mendukung inisiatif pemerintah dengan program kampanyenya yang disebut #ShopeeDariRumah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana strategi komunikasi pemasaran Shopee di tengah merebaknya pandemi virus Covid-19. Dalam konteks</p>
--	--	---	--

			<p>ini, masyarakat diminta untuk mengurangi interaksi sosial secara langsung, yang dikenal sebagai sosial distancing, dan juga menghadapi persaingan e-commerce yang ketat di Indonesia. Karena masalahnya membutuhkan pengamatan kualitatif, peneliti menggunakan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini didukung dengan memasukkan media baru ke dalam fitur media chanel Shopee. Ini memanfaatkan</p>
--	--	--	--

			strategi ide untuk mengisi pesan rasional, emosional, dan moral dengan menggunakan media
19	Putra & Febriana, (2022)	<p>Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai New Media Interaksi antara Artis/Idol K-Pop dengan Para Penggemarnya</p> <p><i>Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)</i>, 5(3), 1649–1659. https://doi.org/10.34007/jehss.v5i3.1263</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana aplikasi digital Weverse sebagai media baru berperan dalam interaksi antara artis atau idola K-Pop dengan penggemarnya. Selain itu, ketahui konsekuensi dari penggunaan aplikasi digital Weverse. Peneliti menggunakan teori ketergantungan media untuk</p>

			<p>melakukan penelitian ini. Mereka memilih teori ini karena menjelaskan bahwa semakin banyak seseorang bergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, semakin penting media tersebut bagi orang tersebut.</p> <p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menyebarkan kuisisioner atau kuisisioner melalui aplikasi kepada responden. Studi ini menemukan bahwa aplikasi digital Weverse, yang</p>
--	--	--	--

			merupakan media baru, akan memudahkan penggemar untuk berinteraksi dengan artis dan idola K-Pop.
--	--	--	--

2.3 Kerangka Konseptual

Tabel 2. 2 Kerangka Konseptual

