

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kegiatan yang membandingkan penelitian yang sedang dikerjakan penulis dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dalam hasil penelitian, sehingga penulis dapat memahami kekurangan dan kelebihan dari penelitian yang telah ada serta memperdalam teori yang digunakan (Smith, 2022).

Dalam setiap penelitian, dukungan dari hasil penelitian sebelumnya sangat penting, karena hasil tersebut dapat berfungsi sebagai acuan dan perbandingan dalam melaksanakan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis (Johnson, 2021). Penulis menyadari bahwa terdapat kemungkinan kesamaan dengan isi skripsi yang ada, namun penulis tidak bermaksud untuk menyamakan keseluruhan isi, teori, dan metodologi tersebut. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan referensi yang ada.

Pada bab ini, penulis akan menguraikan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini dan mengaitkannya dengan beberapa karya ilmiah terdahulu. Dengan demikian, diharapkan akan diperoleh keterkaitan yang jelas antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan lima penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian yang dilakukan, diantaranya:

1. Muhammad Rikza Priatna (Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2023). Strategi Kreatif Content Creator dalam Memproduksi Video di Akun YouTube ANGR. Meneliti strategi kreatif content creator *channel* YouTube ANGR dengan metode deskriptif kualitatif. Strategi meliputi adaptasi konten luar negeri, pembuatan video cosplay, interaksi dengan subscriber, dan promosi lintas platform. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan YouTube sebagai media utama, metode deskriptif kualitatif, dan fokus pada

strategi kreator, sedangkan perbedaannya pada topic ANGR fokus pada teknologi dan tutorial, sementara penelitian ini mengangkat edukasi hukum.

2. Nur Arizka (Jurnalistik Islam, IAIN Parepare, 2024). Strategi Pengelolaan *Channel* YouTube Tribun PSM Makassar dalam Meningkatkan Subscriber. Mengkaji strategi pengelolaan *channel* YouTube Tribun PSM Makassar melalui perencanaan konten terstruktur, topik sesuai tren berita, optimalisasi SEO, dan dukungan tim editing khusus. Persamaannya dengan penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, pemanfaatan YouTube, dan strategi konten terencana. Perbedaannya terletak pada focus penelitian ini membahas edukasi hukum, sedangkan penelitian Nur Arizka menitikberatkan pada berita dan manajemen media.
3. Galih Akbar Prabowo (Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Ponorogo, 2022). Manajemen Konten *Channel* YouTube Arik Blink untuk Melestarikan Musik Keroncong. Meneliti manajemen konten *channel* YouTube Arik Blink dalam melestarikan musik keroncong melalui tema sesuai minat audiens, konsistensi unggahan, optimalisasi SEO, dan promosi lintas platform. Persamaannya adalah metode deskriptif kualitatif dan strategi konten terencana, sementara perbedaannya pada focus Arik Blink pada hiburan musik, penelitian ini pada edukasi hukum.
4. Herna Yunizar (Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2023). Strategi Peningkatan Kualitas Konten dan Promosi *Channel* YouTube Ar-Raniry TV dalam Memperbanyak Subscriber dan Viewer. Membahas strategi peningkatan kualitas konten dan promosi *channel* YouTube Ar-Raniry TV dengan riset kebutuhan audiens, visual menarik, topik relevan, dan konsistensi publikasi. Persamaannya terletak pada penggunaan visual menarik dan konsistensi publikasi, sedangkan perbedaannya adalah tujuan Herna fokus pada peningkatan performa *channel* secara umum, penelitian ini fokus pada peningkatan kesadaran hukum masyarakat.

5. Sultan Arya (Fakultas Hukum, Universitas Andalas, Padang, 2023). Pelaksanaan Fungsi Tim Klewang Buru Sergap Polresta Padang dalam Menanggulangi Tindak Pidana Pencurian dengan Kekerasan di Wilayah Hukum Polresta Padang. Meneliti pelaksanaan fungsi Tim Klewang Polresta Padang dalam menanggulangi pencurian dengan kekerasan melalui patroli terarah, koordinasi tim, dan dukungan peralatan. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas peran Tim Klewang, namun perbedaannya pada focus Sultan Arya mengkaji kinerja lapangan, sedangkan penelitian ini meneliti pemanfaatan YouTube oleh Katim 2 sebagai media edukasi hukum.

Tabel 2.1
Penelitian Relevan

NO	Nama/Jurusan /Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan Penelitian
1	Muhammad Rikza Priatna/ Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau/ 2023	Strategi Kreatif <i>Content</i> Kreator Dalam Memproduksi Video di Akun YouTube Angr	Deskriptif Kualitatif	Strategi kreatif yang digunakan meliputi menonton dan menerjemahkan ulang video dari <i>channel</i> luar negeri sebagai inspirasi ide, membuat video cosplay karakter anime sebagai gimmick, membangun interaksi dan menerima saran dari <i>subscriber</i> , memilih YouTube sebagai platform utama dengan dukungan Instagram dan	Kedua penelitian sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, memanfaatkan YouTube sebagai media utama, membahas strategi kreator dalam mengelola dan menyampaikan konten, menekankan interaksi dengan audiens, serta menggunakan teori komunikasi media baru. Perbedaannya, penelitian <i>channel</i> ANGR yang fokus pada teknologi dan tutorial dengan strategi kreatif seperti adaptasi konten luar negeri, cosplay, dan promosi lintas platform untuk meningkatkan engagement. Sementara itu, pada penelitian ini penulis meneliti

				TikTok sebagai media promosi, serta mengunggah video pada jam tayang yang sesuai algoritma.	<i>channel David Wewe Official</i> yang fokus pada edukasi hukum dengan pendekatan visual menarik, narasi realistis, dan komunikasi persuasif untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat.
2	Nur Arizka/ Jurnalistik Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare/ 2024	Strategi Pengelolaan <i>Channel</i> YouTube Tribun PSM Makassar Dalam Meningkatkan <i>Subscriber</i>	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan <i>channel</i> YouTube Tribun dilakukan dengan strategi perencanaan konten yang terstruktur, pemilihan topik sesuai tren berita, optimalisasi SEO YouTube, dan pemanfaatan tim khusus untuk editing serta	Kedua penelitian sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, menjadikan YouTube sebagai media utama, menekankan strategi konten terencana, konsistensi publikasi, dan interaksi dengan audiens, serta berlandaskan teori media baru. Perbedaannya, penelitian Nur Arizka fokus pada pengelolaan <i>channel</i> berita Tribun dengan strategi teknis dan manajerial untuk memperluas jangkauan, sedangkan penelitian penulis

				distribusi. Strategi ini berhasil meningkatkan jumlah penayangan, memperluas jangkauan audiens, dan menjaga konsistensi publikasi.	fokus pada <i>channel</i> David Wewe <i>Official</i> yang mengusung edukasi hukum dengan pendekatan visual, narasi, dan komunikasi persuasif untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat.
3	Galih Akbar Prabowo/ Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)	Manajemen Konten <i>Channel</i> YouTube Arik Blink untuk Melestarikan Musik Keroncong	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan konten dilakukan melalui perencanaan tema sesuai minat audiens, konsistensi jadwal unggahan, optimalisasi SEO YouTube, dan pemanfaatan media sosial pendukung. Strategi ini mampu meningkatkan	Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, menjadikan YouTube sebagai media utama, menekankan pentingnya strategi konten yang terencana, konsistensi dalam publikasi, serta interaksi dengan audiens. Keduanya juga berlandaskan teori media baru dan bertujuan mempertahankan relevansi serta daya tarik <i>channel</i> . Perbedaannya, penelitian Galih Akbar Prabowo berfokus pada manajemen konten

	Ponorogo/ 2022			engagement, jumlah subscribers, dan mempertahankan loyalitas penonton.	hiburan Arik Blink dengan strategi teknis, optimalisasi SEO, dan promosi lintas platform untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan engagement, sedangkan penelitian penulis berfokus pada konten edukasi hukum David Wewe <i>Official</i> dengan pendekatan visual, narasi realistis, dan komunikasi persuasif untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat.
4	Herna Yunizar/ Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas	Strategi Peningkatan Kualitas Konten dan Promosi <i>Channel</i> Youtube Ar-Raniry Tv Dalam	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini enunjukkan bahwa peningkatan kualitas konten dilakukan melalui riset kebutuhan audiens, pengemasan visual yang menarik, pemilihan topik	Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, menjadikan YouTube sebagai media utama, dan menekankan strategi konten yang terencana, visual yang menarik, serta konsistensi unggahan untuk menarik dan mempertahankan

	Islam Negeri Ar-Raniry Bansa Aceh/ 2023	Memperbanyak <i>Subscriber</i> Dan <i>Viewr</i>		yang relevan, dan konsistensi publikasi. Strategi ini mampu meningkatkan jumlah penonton, interaksi, dan loyalitas audiens.	audiens. Keduanya juga berfokus pada peningkatan interaksi penonton dan menjaga relevansi konten. Perbedaannya, penelitian Herna Yunizar membahas strategi peningkatan kualitas konten secara umum untuk mendorong performa <i>channel</i> , sedangkan penelitian penulis menitikberatkan pada konten edukasi hukum David Wewe <i>Official</i> dengan tujuan khusus meningkatkan kesadaran hukum masyarakat Kota Padang melalui pendekatan visual, narasi realistik, dan komunikasi persuasif.
5	Sultan Arya/ Fakultas Hukum, Universitas	Pelaksanaan Fungsi Tim Klewang Buru Sergap Polresta	Sultan Arya/ Fakultas Hukum,	Penelitian menunjukkan bahwa Tim Klewang Polresta Padang efektif menekan angka	Kedua skripsi memiliki persamaan dalam fokus penelitian, yaitu sama-sama membahas peran Tim Klewang Kedua skripsi sama-sama membahas peran Tim

	Andalas, Padang/ 2023	Padang Dalam Menanggulangi Tindak Pidana Pencurian Dengan Kekerasan di Wilayah Hukum Polresta Padang	Universitas Andalas, Padang/ 2023	pencurian dengan kekerasan melalui patroli terarah, koordinasi tim, dan dukungan peralatan. Namun, penyelesaian kasus belum optimal akibat keterbatasan personel, sarana, prasarana, dan kendala teknis, sehingga diperlukan peningkatan sumber daya dan fasilitas.	Klewang Polresta Padang dengan pendekatan kualitatif dan tujuan meningkatkan keamanan masyarakat. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian: skripsi Sultan Arya meneliti peran langsung Tim Klewang dalam penanggulangan pencurian dengan kekerasan di lapangan, sedangkan skripsi penulis menyoroti pemanfaatan YouTube oleh Katim 2 sebagai media edukasi hukum, dengan fokus pada strategi komunikasi dan pengemasan konten digital.
--	--------------------------	---	--	--	--

Sumber : Olahan Peneliti, 2025

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi.

Everett M. Rogers (1985) seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang kemudian lebih banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi komunikasi, yakni: "Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka."

Definisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Lawrence D. Kincaid (1987) sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju dengan menyatakan: "Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam".

Sampai tahun 1976, menurut catatan Dance dan Larson dalam Miller sudah ada 126 definisi komunikasi. Ada definisi yang dibuat menurut perspektif sosiologi, budaya, elektronika, ekonomi, dan dari perspektif ilmu politik. Meski definisi yang dibuat para pakar memiliki perspektif yang berbeda satu sama lainnya, namun definisi tersebut pada dasarnya tidak terlepas dari substansi komunikasi itu sendiri sebagai suatu proses pengalihan informasi (pesan) dari seseorang kepada orang lain, atau sebaliknya (Cangara, 2007). Proses komunikasi tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Sumber, ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.
2. Pesan, ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam bahasa

Inggris pesan biasa diartikan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

3. Media, ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian di sini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya misalnya poster, brosur, buku, spanduk, buletin, stiker, dan semacamnya.
4. Penerima, ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa Inggris penerima biasa disebut dengan nama *receiver*, *audience*, atau *decoder*.
5. Pengaruh atau efek, ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan *keyakinan* pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Pengaruh biasa disebut dengan nama akibat atau dampak.
6. Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh. Dalam bahasa Inggris umpan balik sering disebut dengan istilah *feedback*, *reaction*, *response*, dan semacamnya.
7. Lingkungan ialah situasi yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi itu tidak bisa diterima. Misalnya tempatnya jauh di daerah pegunungan, lingkungan

sosial budaya masyarakat, lingkungan psikologis masyarakat yang masih trauma akibat bencana yang baru menimpanya, dan sebagainya.

Fungsi dan Kegunaan Komunikasi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik fungsi komunikasi ditujukan untuk:

- a. Memberi informasi,
- b. Menghibur
- c. Mendidik,
- d. Membentuk opini publik.

2.2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses penyampaian informasi atau pesan kepada khalayak luas melalui saluran media yang dapat menjangkau banyak orang secara simultan, seperti televisi, radio, surat kabar, atau internet. Ini berbeda dari komunikasi interpersonal karena bersifat satu arah dan melibatkan teknologi untuk amplifikasi, sehingga memungkinkan pembentukan opini publik atau penyebaran budaya. Konsep ini pertama kali dikembangkan oleh ahli komunikasi untuk menjelaskan bagaimana media memengaruhi masyarakat (Schramm W, 1964).

Komunikasi massa melibatkan beberapa elemen utama: pengirim (sumber pesan), pesan itu sendiri, saluran media, penerima (audiens), dan umpan balik yang sering kali tidak langsung. Model klasik seperti model Lasswell "*Who says what in which channel to whom with what effect?*" menekankan proses ini sebagai alur linier, meskipun model modern mempertimbangkan interaktivitas, seperti di media sosial. Efektivitas komunikasi massa tergantung pada faktor seperti aksesibilitas media dan karakteristik audiens (Lasswell H D, 1948).

2.2.3 Media Massa

Menurut McQuail, D. (2010) dalam buku Teori Komunikasi Massa. Media Massa adalah saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas secara simultan. Massa media mencakup berbagai bentuk dan platform, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan

internet. Fungsi utama media massa adalah untuk memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan membentuk opini masyarakat.

Media massa mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Jangkauan Luas : Massa media dapat menjangkau *audience* yang sangat besar, baik secara geografis maupun demografis.
2. Sifat Publik : Informasi yang disampaikan bersifat publik dan dapat diakses oleh siapa saja.
3. Produksi Terstandarisasi : *Content* media massa biasanya diproduksi dengan standar tertentu untuk memastikan kualitas dan konsistensi.
4. Interaksi Terbatas : Meskipun ada interaksi melalui media sosial, komunikasi dalam media massa umumnya bersifat satu arah, dari penyedia informasi ke *audience*.

Media massa adalah sarana komunikasi yang memiliki kemampuan untuk menjangkau *audience* yang luas dan beragam, serta berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi, mendidik masyarakat, dan membentuk opini public. (McQuail, D. 2010)

2.2.4 YouTube



Gambar 2.1 Transformasi Logo YouTube

Sumber: Logos-World.Net, 2025

YouTube adalah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis. Didirikan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, YouTube telah berkembang menjadi salah satu situs web paling populer di dunia. Platform ini menawarkan beragam jenis konten, mulai dari video musik, vlog, tutorial, hingga film pendek dan dokumenter. Selain berfungsi sebagai sumber hiburan, YouTube juga berperan sebagai alat pendidikan dan penyebaran informasi yang efektif (Kearney et al, 2012).

Sebagai media sosial, YouTube memungkinkan interaksi antara pembuat *content* dan *audience* melalui fitur komentar, like, dan subscribe. Interaksi ini menciptakan komunitas di sekitar *content* yang diunggah, di mana pembuat *content* dapat berkomunikasi langsung dengan penonton mereka (Burgess &

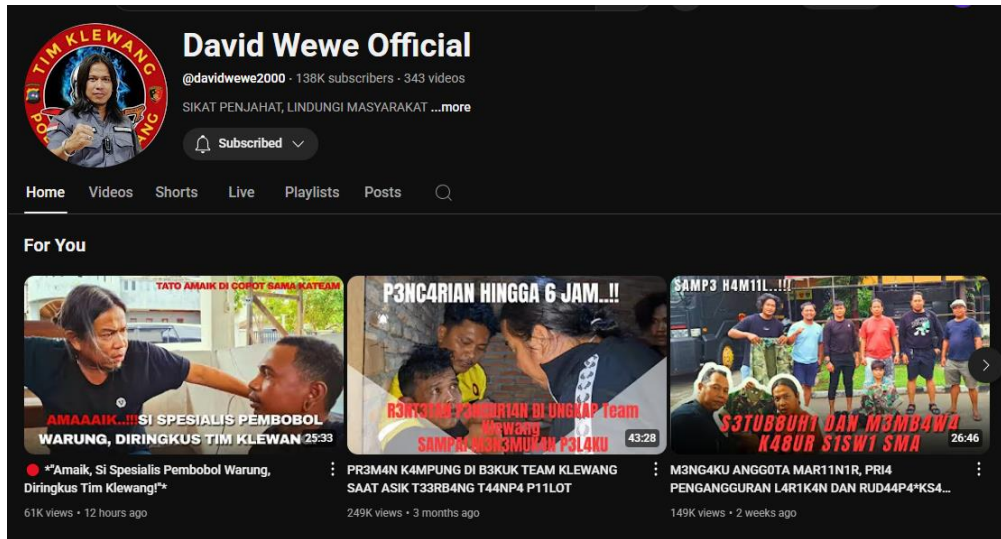
Green, 2009). Dengan adanya analitik yang disediakan oleh YouTube, pembuat *content* dapat melacak kinerja video mereka, sehingga dapat menyesuaikan strategi *content* untuk lebih memenuhi kebutuhan *audience*.

YouTube juga telah menjadi sumber daya penting dalam pendidikan, di mana banyak institusi dan individu menggunakan platform ini untuk menyampaikan materi pembelajaran dan tutorial. Video pendidikan di YouTube memungkinkan pembelajaran yang lebih interaktif dan menarik, serta memberikan akses kepada orang-orang di seluruh dunia untuk mendapatkan pengetahuan yang mungkin tidak tersedia dilingkungan mereka (Kearney et al, 2012).

Dalam konteks penyebaran informasi, YouTube berfungsi sebagai alat yang kuat untuk meningkatkan kesadaran sosial. Banyak organisasi dan individu menggunakan platform ini untuk mengangkat isu-isu penting, seperti hak asasi manusia, lingkungan, dan kesehatan. Dengan jangkauan global yang luas, YouTube memungkinkan pesan-pesan ini untuk menjangkau *audience* yang lebih besar, mendorong *partisipasi* masyarakat dalam isu-isu yang relevan (Jenkins, 2006).

Secara keseluruhan, YouTube telah mengubah cara orang berinteraksi dengan *content* video dan telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling efektif di era digital saat ini. Dengan kemampuannya untuk menghubungkan pembuat *content* dan *audience* secara langsung, YouTube terus beradaptasi dan berkembang, menjadikannya platform yang relevan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat modern (Burgess & Green, 2009).

2.2.5 David Wewe Official



Gambar 2.2 Profil YouTube David Wewe Official

Sumber: *Dokumentasi Penulis, 2025*

David Wewe Official adalah *channel* pribadi milik Ketua Tim 2 Klewang Polresta Padang, Aiptu David Rico Dermawan. Akun YouTube ini sudah ada sejak tahun 2023 lalu dan sekarang telah memiliki sekitar 77.700 *Subscribers* dengan 274 video, serta jumlah tayang mencapai 1 juta dalam satu video. *Channel* ini menyajikan dokumentasi mengenai proses buru sergap yang dilakukan oleh Tim Klewang Polresta Padang saat menjalankan misi dan bertugas di wilayah Kota Padang. Tujuan dari *channel* ini adalah untuk mengedukasi masyarakat, melalui media YouTube ini, Aiptu David berharap dapat meningkatkan kesadaran hukum warga agar menaati peraturan dan *berpartisipasi* aktif dalam proses penegakan hukum.

2.2.6 Tim Klewang Polresta Padang



Gambar 2.3 Tim Klewang Polresta Padang

Sumber: Ridwan Padang Ekspres, 2020

Tim Klewang adalah tim khusus yang dibentuk oleh Polresta Padang pada 1 September 2020 di bawah kepemimpinan Kapolresta AKBP Imran Amir. Nama "Klewang" diambil dari senjata tradisional Minangkabau, melambangkan keberanian dalam penegakan hukum. Tim ini terdiri dari 18 personel, termasuk 1 Kepala Unit, 2 Komandan Tim, 9 Petugas Tindak, dan 6 Penyidik. Tujuan utama Tim Klewang adalah menekan angka kejahatan dan mewujudkan visi Kota Padang sebagai "*Zero criminal*," sehingga masyarakat merasa aman dan nyaman (Imran Amir, dalam TribunPadang.com, 2020).

Tim Klewang berfokus pada penanganan kasus 3C (Curat, Curas, dan Curanmor) dan bertanggung jawab memberikan perlindungan serta kepastian hukum kepada masyarakat. Dengan dukungan dalam penyelidikan dan penangkapan pelaku kejahatan, Tim Klewang dapat meningkatkan efektivitas penegakan hukum dan kesadaran hukum khususnya di masyarakat. ujar Ketua Tim 2 Klewang Polresta Padang, Aiptu David Rico Dermawan.

2.2.7 Kesadaran Hukum

Kesadaran hukum adalah pemahaman dan pengakuan individu atau masyarakat terhadap hukum yang berlaku, serta pentingnya mematuhi peraturan dan norma hukum dalam kehidupan sehari-hari. Kesadaran ini mencakup pengetahuan tentang hak dan kewajiban, penerimaan terhadap hukum sebagai sistem yang sah, serta kepatuhan terhadap peraturan yang ada. Individu yang memiliki kesadaran hukum yang tinggi cenderung lebih aktif dalam proses hukum, seperti melaporkan pelanggaran dan berpartisipasi dalam sosialisasi hukum. Kesadaran hukum yang baik dapat mengurangi angka kejahatan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem hukum dan lembaga penegak hukum. Dengan demikian, kesadaran hukum berperan penting dalam menciptakan masyarakat yang tertib, aman, dan berkeadilan. (Huda, M, 2017).

2.3 Kerangka Teoritis

Media baru (*New Media*) merupakan hasil perkembangan teknologi komunikasi yang muncul beriringan dengan digitalisasi. Sebelumnya pada tahun 1980-an, media massa masih menggunakan koran, TV, bioskop, dan radio. Namun kini media muncul dalam model digital sesuai teori yang dikembangkan Pierre Levy. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai ruang informasi terbuka, dinamis, dan fleksibel yang memungkinkan manusia mengembangkan pengetahuan baru serta terlibat dalam dunia demokrasi yang lebih interaktif dan berbasis masyarakat dengan memberikan kekuasaan yang lebih luas. (Levy, 1997)

Media baru mengonseptualisasi pengaruh media massa terhadap individu dan masyarakat. Ini mencakup berbagai asumsi tentang bagaimana media bekerja, seperti pengaruhnya terhadap penonton, pembentukan opini, dan pengaruh budaya. Banyak orang terlibat dalam mencipta atau menggunakan media baru, seperti yang bisa dilakukan oleh seseorang dengan komputer dan perangkat multimedia.

Menurut Manovich, 2001 perkembangan teknologi yang terus berlanjut memiliki dampak besar pada cara media diproduksi dan dikonsumsi, melebihi

pengaruh dari masyarakat itu sendiri. Teori Media Baru didasarkan pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi modern, seperti internet, media sosial, dan perangkat mobile. Asumsinya termasuk perubahan dalam interaksi sosial, distribusi informasi yang lebih demokratis, dan transformasi dalam cara kita mengonsumsi dan menciptakan konten media. Asumsi dari teori Media Baru meliputi:

1. Konvergensi Media: Media tradisional dan digital semakin saling terintegrasi, menciptakan pengalaman yang lebih kompleks dan terhubung.
2. Partisipasi Aktif: Pengguna memiliki peran yang lebih dalam produksi, distribusi, dan konsumsi *content* melalui platform seperti blog, media sosial, dan situs berbagi video.
3. Dekomodifikasi Informasi: Internet memungkinkan akses yang lebih mudah terhadap berbagai sumber informasi, memungkinkan pengguna untuk memilih *content* yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka.
4. Desentralisasi Kekuasaan: Kekuasaan media tidak hanya terkonsentrasi di tangan beberapa perusahaan besar, tetapi juga di antara individu atau komunitas online.
5. Transformasi Identitas dan Komunitas: Identitas dan komunikasi online dapat dibentuk dan diperluas melalui interaksi digital, mengubah cara kita memahami diri sendiri dan hubungan sosial kita.

Teori Media baru Media baru telah mengubah interaksi sosial dengan mengubah alur kerja, membentuk organisasi dan menciptakan pasar baru. Munculnya berbagai media dan platform digital telah berkontribusi pada bentuk baru masyarakat berjejaring. Selain itu, media baru menjadi sumber informasi yang relevan, memungkinkan pengguna untuk berbagi konten di media sosial sebagai sumber informasi yang kredibel dan percakapan atau ulasan *peer to peer* yang dipercaya untuk mempengaruhi keputusan pembelian. (McQuail, 2010)

Media Baru mencakup berbagai platform seperti blog, podcast, publikasi video, layanan berbagi konten seperti Youtube, jejaring sosial seperti Facebook, mikroblogging baru seperti Twitter dan Instagram, video

konferensi, sistem pesan instan seperti ICQ, AOL, WhatsApp, dan lainnya. Media baru memiliki karakteristik utama yaitu multimedia, interaktivitas, dan hipertekstualitas. Proses komunikasi di media baru sering kali ditandai dengan kecepatan yang tinggi. Media tradisional, yang disusun oleh para profesional seperti wartawan dan penulis yang terampil, memastikan bahwa konten informasi disampaikan dengan akurat dan lengkap. Media baru multimedia memiliki kemampuan untuk membuat dan menyebarkan konten melalui program khusus dan layanan, serta mengakses teks yang dibuat oleh pengguna lain. (McQuail, 2010)

Menurut McQuail, terdapat beberapa perubahan signifikan yang terkait langsung dengan kemunculan media baru, antara lain:

- a. Digitalisasi dan konvergensi dari berbagai aspek media.
- b. Peningkatan interaksi dan konektivitas antar jejaring.
- c. Mobilitas dan delokasi dalam pengiriman serta penerimaan pesan.
- d. Adaptasi pada publikasi dan peran-peran khalayak.
- e. Kemunculan beragam bentuk media "*gateway*" baru sebagai pintu masuk untuk mengakses informasi di web.
- f. Fragmentasi dan batasan yang semakin kabur pada institusi media.

Manovich, 2001 berpendapat perubahan yang disebabkan oleh munculnya media baru menunjukkan perbedaan antara media baru mampu menjembatani perbedaan kerangka acuan dengan cara meminimalkan ketidakjelasan, menyediakan petunjuk yang lebih banyak, melibatkan lebih banyak pemahaman, serta menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi penggunanya, ciri lainnya yaitu:

- a. **Interaktivitas:** Diukur dengan seberapa banyak respons atau inisiatif yang diberikan oleh pengguna terhadap "penawaran" dari sumber atau pengirim pesan.
- b. ***Social Presence (Sociability):*** Pengguna dapat menciptakan kontak personal dengan orang lain.
- c. ***Media Richness:*** Media mampu menjembatani perbedaan kerangka acuan dengan cara meminimalkan ketidakjelasan dan menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi *audience*.

- d. *Autonomy*: Pengguna merasakan kendali atas *content* dan penggunaannya, mandiri dari sumber.
- e. *Playfulness*: Digunakan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari fungsi dan alat.
- f. *Privacy*: Diasosiasikan dengan pengguna media dan isi *content* yang dipilih.
- g. *Personalization*: Tingkat di mana *content* dan pengguna media menjadi personal dan unik.

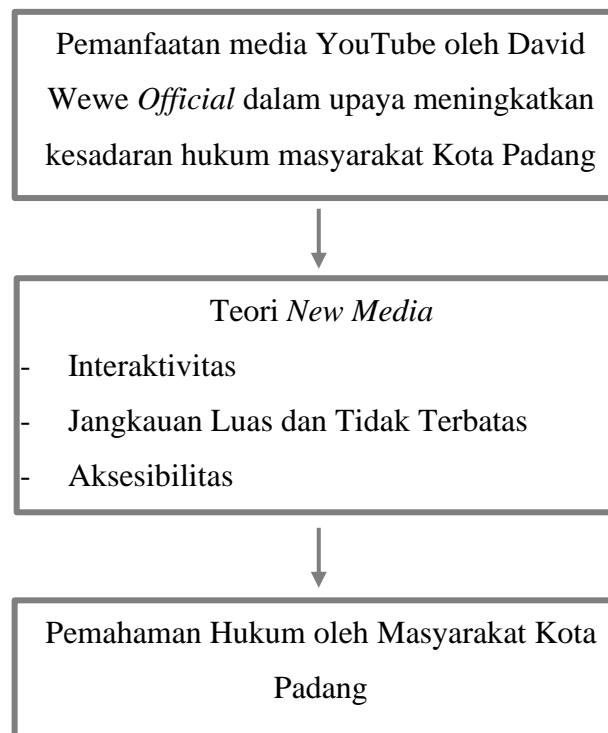
Robert K. Logan, dalam karyanya "*Understanding New Media*", menjelaskan bahwa media baru memiliki sifat yang memudahkan proses, penyimpanan, pengubahan, pengambilan, pencarian, dan akses informasi. Selain itu, media baru juga memiliki kemampuan untuk dihubungkan secara *hyperlinked*. Dari segi konseptual, media baru dipandang sebagai fenomena budaya yang merefleksikan perubahan serta transformasi dan pergeseran nilai-nilai yang terjadi di lingkungan masyarakat. Istilah "media baru" dalam hubungannya dengan media "lama", seperti surat kabar cetak dan majalah, menunjukkan perbedaan dalam representasi statis teks dan grafik (Logan, 2023).

Media baru merupakan penggabungan antara media konvensional dan media digital. Keunggulan utama dari media baru adalah sifatnya yang *real-time*, yang memungkinkan masyarakat untuk mengakses informasi dan layanan dengan cepat, kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan internet. Hal ini menjadikan media baru pilihan yang lebih efektif dan efisien dibandingkan media tradisional. Melalui media baru, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh berita terkini, berbagi informasi, dan berinteraksi secara langsung (Logan, 2023).

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam sebuah penelitian merupakan pondasi konseptual yang membimbing seluruh proses penelitian, mulai dari perumusan pertanyaan hingga interpretasi hasil (Sugiyono, 2017 dan Creswell, 2014). Kerangka ini mencakup kumpulan konsep, teori, dan model yang relevan

dengan topik penelitian, yang bertujuan untuk memberikan struktur dan arah pada penelitian. Dengan menggunakan kerangka pemikiran yang tepat, peneliti dapat mengorganisir gagasan-gagasan mereka secara sistematis, sehingga memungkinkan mereka untuk menyelidiki hubungan antar variabel dengan lebih baik (Sugiyono, 2017). Kerangka pemikiran yang jelas dan terstruktur juga membantu dalam merumuskan hipotesis dan menentukan metodologi yang sesuai untuk penelitian (Creswell, 2014).



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Peneliti, 2025