

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL BAGI  
MASYARAKAT SUKU SAKAI KESUMBO AMPAI DALAM  
MEMPERKENALKAN KEBUDAYAANNYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau

**HENIKA ROMAYA**

NPM : 179110099  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI : MEDIA MASSA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2021**

## PERSEMBAHAN

### BISMILLAHIRROHMAANIIRROHIM

Dengan rahmat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang dan atas izin Allah SWT saya persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang sangat saya sayangi dan selalu mendukung:

**Teristimewa Ayahanda dan Ibunda Tercinta**

**“Kadas & Dawo”**

Untuk kedua orang tua yang sangat saya sayangi terimakasih atas doa yang tiada hentinya untuk saya. Hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga dengan selesainya karya ilmiah ini sebagai bukti tanda telah menyelesaikan pendidikan S-1 dapat membuat kalian bangga, walaupun belum mampu membayar semua pengorbanan, kebaikan, dan kesabaran yang telah diberikan. Hanya doa terbaik yang bisa saya berikan kepada bapak dan ibu. Semoga selalu berada dalam lindungan Allah SWT. Serta terimakasih kepada kakak dan adik-adik yang juga selalu mendoakan. Semoga kita semua bisa membanggakan kedua orang tua kita dan menjadi anak yang sholeh dan sholeha.

Terimakasih juga kepada teman-teman seperjuangan yang sama-sama memberi dukungan dan motivasi selama menjalankan kuliah dan selama dalam mengerjakan skripsi ini. Pada akhirnya hanya ucapan terimakasih sebesar-besarnya yang penulis dapat sampaikan kepada bapak, ibu, kakak, adik serta teman-teman. Terimakasih.

## MOTTO

Ingat, setiap manusia sudah diberikan porsinya masing-masing. Jadi, jangan bandingkan kehidupan kamu dengan kehidupan orang lain.

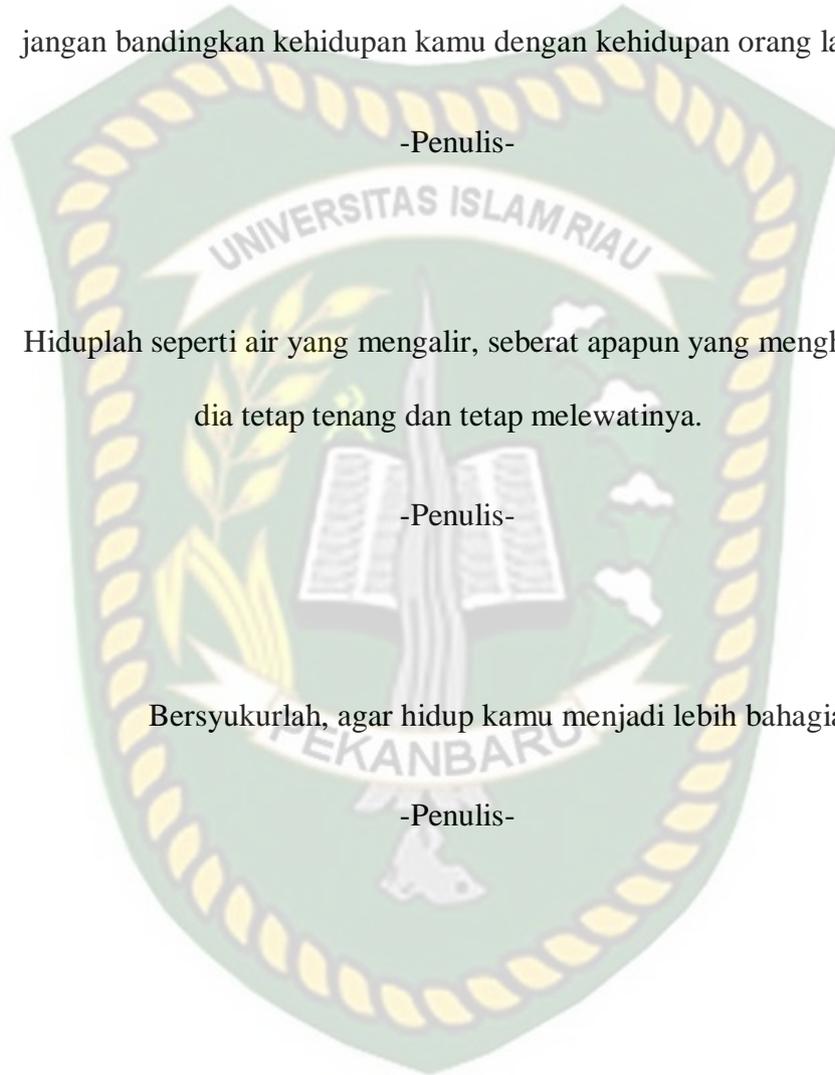
-Penulis-

Hiduplah seperti air yang mengalir, seberat apapun yang menghalanginya dia tetap tenang dan tetap melewatinya.

-Penulis-

Bersyukurlah, agar hidup kamu menjadi lebih bahagia

-Penulis-



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL BAGI MASYARAKAT SUKU SAKAI KESUMBO AMPAI DALAM MEMPERKENALKAN KEBUDAYAANNYA” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi penelitian ini adalah untuk mempelajari cara pembuatan skripsi pada Universitas Islam Riau dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Cutra Aslinda, M.I.Kom selaku Pjs Dekan Di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau dan juga selaku pembimbing akademik.
2. Bapak Eko Hero, M.Soc.,Sc selaku dosen yang telah mendidik dan memberikan bimbingan selama masa penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan dalam dalam menunjang kesempurnaan skripsi ini.

4. *Staff* Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang membantu peneliti berkaitan dengan segala hal administrasi terkait kebutuhan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teristimewa Ayah dan Ibu serta semua keluarga atas semua doa, dukungan, semangat, motivasi dan bantuan finansial selama penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan Dinanda Maulina, Renia Febriani, Vikri, Yesi Prastyani yang telah memberi semangat, dukungan, diskusi, suka duka, dan canda tawa dalam penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat yang selalu menyemangati Titin Virgo yang telah mendukung, memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Pekanbaru, 8 Juni 2021

Henika Romaya

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL (COVER)</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI</b>	
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b>	
<b>LEMBARAN PENGESAHAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian.....	13
C. Fokus Penelitian.....	13
D. Rumusan Masalah .....	13
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	14

<b>BAB II: TINJAUAN PUSATAKA .....</b>	<b>15</b>
A. Kajian Literatur .....	15
1. Media Sosial .....	15
2. <i>Facebook</i> .....	24
3. <i>Instagram</i> .....	27
4. <i>Youtube</i> .....	30
5. Kebudayaan .....	34
6. Suku Sakai.....	42
7. Media sosial sebagai promosi budaya .....	48
B. Defenisi Operasional .....	49
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	51
<b>BAB III: METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	54
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	55
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	57
D. Sumber Data .....	58
E. Teknik Pengumpulan Data .....	59
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	61
G. Teknik Analisa Data.....	63
<b>BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	67
1. Sejarah Singkat Desa Kesumbo Ampai .....	67
2. Sejarah Suku Sakai di Riau .....	70
3. Daftar Nama Informan/Subjek .....	72
B. Hasil Penelitian .....	73

A. Penggunaan Media Sosial bagi Masyarakat Suku Sakai dalam Memperkenalkan Kebudayaannya.....	73
B. Mengukur Keberhasilan Penggunaan Media Sosial bagi Masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam Memperkenalkan Kebudayaannya .....	103
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	110
1. Penggunaan Media Sosial bagi Masyarakat Suku Sakai dalam Memperkenalkan Kebudayaannya.....	110
2. Mengukur Keberhasilan Penggunaan Media Sosial bagi Masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam Memperkenalkan Kebudayaannya .....	124
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>131</b>
A. Kesimpulan.....	131
B. Saran.....	132
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu.....	51
Tabel 3.1 Jadwal Waktu Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Desa di Kecamatan Bathin Solapan.....	68
Tabel 4.2 Lokasi Jangkauan Akun Media Sosial.....	103



## DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1: Tampilan Akses Internet Keterangan Gambar : lingkaran merah membuktikan bahwa di Desa Kesumbo Ampai sudah memiliki akses internet.....	9
Gambar1.2: Cuplikan gambar di sosial Media <i>Facebook</i> .....	10
Gambar1.3: Cuplikan Gambar di Sosial Media <i>Instagram</i> .....	10
Gambar1.4: Cuplikan Gambar di Sosial Media <i>Youtube</i> .....	10
Gambar1.5: Cuplikan Gambar Mengenai <i>Like, Koment, Viewers</i> di Media Sosial <i>Facebook, Instagram</i> dan <i>Youtube</i> .....	11
Gambar4.1: Jumlah waktu di akun <i>Youtube</i> Wisata Budaya Suku Sakai.....	74
Gambar4.2: Isi media di akun <i>Youtube</i> Wisata Budaya Suku Sakai.....	76
Gambar4.3: Hubungan media dengan individu di akun media sosial <i>Youtube</i> Wisata Budaya Suku Sakai.....	79
Gambar4.4: Jumlah waktu di akun <i>Instagram</i> Wisata Budaya Suku Sakai.....	81
Gambar 4.5: Isi media di akun <i>Instagram</i> Wisata Budaya Suku Sakai.....	82
Gambar4.6: Hubungan media dengan individu di akun <i>Instagram</i> Wisata Budaya Suku Sakai.....	86
Gambar4.7: Jumlah waktu di akun <i>Instagram</i> Sakai Adventure Family.....	88
Gambar4.8: Isi media di akun <i>Instagram</i> Sakai Adventure Family.....	90
Gambar4.9: Hubungan media dengan individu di akun <i>Instagram</i> Sakai Adventure Family.....	93
Gambar4.10: Isi media di akun <i>Facebook</i> Geliat Wisata Budaya Sakai.....	96
Gambar4.11: Hubungan media dengan individu di akun <i>Facebook</i> Geliat Wisata Budaya Sakai.....	101
Gambar4.12: Mengenai <i>like, subscribe, komentar</i> di akun <i>Youtube</i> Wisata Budaya Suku Sakai.....	106

Gambar4.13: Mengenai *like* dan komentar di akun *Instagram* Wisata Budaya Suku Sakai.....107

Gambar4.14: Mengenai *like* dan komentar di akun *Instagram* Sakai Adventure Family.....108

Gambar4.15: Mengenai *like*, komentar dan jumlah membagikan video di akun *Facebook* Geliat Wisata Budaya Sakai.....109



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi Hasil Penelitian
- Lampiran 3 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Lulus Plagiasi Skripsi
- Lampiran 5 : Kartu Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 6 : SK Penelitian
- Lampiran 7 : Biodata Peneliti



## ABSTRAK

### **Analisis Penggunaan Media Sosial Bagi Masyarakat Suku Sakai Kesumbo Ampai Dalam Memperkenalkan Kebudayaannya**

**Henika Romaya**

**NPM. 179110099**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial yaitu *Youtube*, *Instagram* dan *Facebook* sebagai media untuk memperkenalkan kebudayaan bagi masyarakat suku Sakai di Desa Kesumbo Ampai. Penelitian ini menggunakan Konsep Penggunaan Media Sosial (Jumlah Waktu, Isi Media dan Hubungan Media dengan Individu dan Konsep Mengukur Keberhasilan Penggunaan Media Sosial (Jangkauan dan Keterlibatan). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan subjek admin media sosial masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: "Penggunaan Media Sosial" yaitu (1) Jumlah waktu, untuk melihat jumlah waktu aktif pengguna dalam menggunakan media sosial, jumlah waktu dalam menggunakan akun tersebut masih belum maksimal. (2) Isi Media, untuk melihat informasi yang disampaikan dan menariknya unggahan, dalam setiap postingan yang diunggah hanya memberi informasi yang singkat dan masih belum lengkap begitu juga dengan tampilan unggahan masih banyak yang belum menarik. (3) Hubungan Media dengan Individu, untuk melihat sejauh mana kedekatan khalayak dengan media tersebut. Dalam akun yang digunakan kedekatan khalayak dengan media masih belum luas karena kedekatannya hanya didominasi oleh masyarakat suku Sakai yang berada di Duri Terutama di Kec. Bathin Solapan Desa Kesumbo Ampai. "Keberhasilan Penggunaan Media Sosial" yaitu (1) Jangkauan, untuk melihat sejauh mana lokasi yang sudah dijangkau, lokasi yang dijangkau masih belum meluas. (2) Keterlibatan, untuk melihat interaksi yang terjadi antar pengguna dengan pengunjung dan juga melihat sejauh mana ketertarikan khalayak pada setiap unggahan. Interaksi pengunjung masih sedikit, sehingga akun tersebut belum banyak yang mengetahui dan mengunjungi.

**Kata Kunci :** Penggunaan, Media Sosial, Kebudayaan

## ABSTRACT

### Analysis of the Use of Social Media for the Sakai Kesumbo Ampai Tribe in Introducing Their Culture

**Henika Romaya**  
**NPM. 179110099**

*This study aims to analyze the use of social media, namely Youtube, Instagram and Facebook as a medium to introduce culture to the Sakai tribal community in Kesumbo Ampai Village. This study uses the concept of social media use (amount of time, media content and media relations with individuals and the concept of measuring the success of social media use (reach and engagement). This study uses a qualitative descriptive method with the subject of social media admins from the Sakai Kesumbo Ampai tribal community. The results of this study This shows that: "Social Media Use", namely (1) The amount of time, to see the amount of time a user is active in using social media, the amount of time using the account is still not maximized (2) Media Content, to view the information submitted and draw it uploads, in each uploaded post only provides brief and incomplete information as well as the appearance of uploads that there are still many that are not interesting (3) Media Relations with Individuals, to see how close the audience is with the media. In the account used for proximity audience with the media is still not wide because of Its affinity is only dominated by the Sakai people who live in Duri, especially in the sub-district of Bathin Solapan, Kesumbo Ampai village. "Successful Use of Social Media", namely (1) Reach, to see how far the location has been reached, the location reached is still not widespread. (2) Involvement, to see the interactions that occur between users and visitors and also see the extent of public interest in every upload. There is still little visitor interaction, so that not many people know and visit the account.*

**Keywords :** Usage, Social Media, Culture

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengantarkan masyarakat pada era digital yang serba praktis dan mudah. Untuk mengimbangi keberagaman informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, manusia akhirnya telah menemukan media komunikasi yang mungkin memberikan untuk menyelenggarakan komunikasi dan penyebaran informasi secara lebih cepat, secara serentak dan sanggup menjangkau khalayak yang tidak terbatas. Informasi kini menjadi terbuka dan mudah diakses oleh semua orang dari seluruh dunia karena sudah menjadi maju dan *trend* komunikasi kearah komunikasi massa, yakni bersifat massal dan luas.

Perkembangan media massa semakin berkembang pesat, yang mana dimulai oleh media cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid, televisi, radio, film, yang kemudian berkembang pada internet. Hal inilah yang menandai lahirnya era komunikasi interaktif. Media sosial menjadi bagian dari media *online*. Keberadaan media sosial dapat memudahkan masyarakat menikmati suatu informasi serta hiburan melalui internet.

Media sosial memiliki dampak yang cukup kompleks terhadap budaya baik secara individu maupun kelompok bermasyarakat. Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi

perkembangan *webbaruberbasis* internet, yang memudahkan semua orang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri.

Jadi, berdasarkan penjelasan diatas tentang media sosial dapat disimpulkan bahwa, media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan dari adanya internet. Melalui media sosial, seseorang dapat saling terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial memiliki sifat yang lebih interaktif apabila dibandingkan dengan bentuk media tradisional seperti radio, maupun televisi. Melalui media sosial, kita dapat secara langsung berinteraksi dengan orang lain, baik melalui komentar dalam media sosial maupun dengan sekedar memberikan *like* pada setiap postingan seseorang.

Kemunculan internet dengan berbagai variannya, bukanlah sesuatu yang ditakuti. Dengan memanfaatkan kelebihan yang dimiliki oleh masing-masing fiturnya. Contohnya media sosial, internet dapat dimanfaatkan untuk membantu generasi muda mengenal budaya nasional sekaligus menumbuhkan ketertarikan terhadap budaya bangsa mereka sendiri. Bagi sebuah bangsa, budaya nasional sama pentingnya dengan ideologi bangsa itu sendiri. Generasi muda adalah generasi yang diharapkan dapat melestarikan sebuah budaya untuk diwariskan ke generasi berikutnya.

Beberapa contoh budaya asing yang masuk diberbagai negara termasuk Indonesia yaitu seperti budaya Jepang, Korea, dan India. Banyak sekali media sosial yang mereka gunakan beredar budaya lokal negara asing seperti makanan dan pakaian. Salah satu makanan yang berasal dari Jepang yaitu Sushi dan pakaian tradisional Jepang yang terkenal beredar di sosial media yaitu Kimono, contohnya ditempat-tempat wisata sekarang sudah menyediakan tempat untuk menyewa busana Kimono untuk pengunjung, dengan adanya tempat itu pengunjung bisa menyewa busana Kimono dan mengambil moment dengan cara memotret dirinya yang sedang menggunakan busana Kimono tersebut.

Sedangkan di Korea pakaian tradisional yang sudah beredar di Indonesia salah satunya pakaian yang bernama Hanbok, beberapa tempat wisata juga sudah menyediakan tempat untuk menyewa busana Hanbok. Begitu juga dengan Budaya India, pada saat ini pakaian tradisional India sudah banyak digunakan, salah satu contohnya pada saat acara pesta pernikahan. Kedua mempelai pengantin mengenakan busana india untuk dijadikan salah satu gaun pengantinnya. Nama pakaian tradisional India (laki-laki) yaitu Sherwani sedangkan untuk India Perempuan Ghagra Choli.

Selanjutnya mengenai budaya lokal yang ada di Indonesia tepatnya di Provinsi Riau seperti Kebudayaan suku Sakai yang dikenali sebagai suku pedalaman. Suku Sakai merupakan suku asli di Riau. Orang sakai pada umumnya masyarakat biasa yang tinggal di pedalaman. Mereka

jarang melakukan kontak sosial dengan masyarakat lain. Bagi masyarakat biasa sebutan Sakai sering dilabelkan pada sekelompok masyarakat yang terasing, terbelakang yang disertai dengan kehidupan yang penuh dengan kekuatan magis (Erni 2014:24).

Namun pada saat ini, suku Sakai tidak semuanya lagi berada di pedalaman. Dari tempat tinggal, masyarakat Sakai dapat dibedakan menjadi Sakai Luar dan Sakai Dalam. Sakai Dalam merupakan warga Sakai yang masih hidup setengah menetap dalam rimba belantara, dengan mata pencaharian berburu, menangkap ikan dan mengambil hasil hutan. Sakai luar adalah warga yang mendiami perkampungan berdampingan dengan pemukiman-pemukiman puak Melayu dan suku lainnya. Sebagian besar masyarakat Sakai hidup bertani dan berladang.

Dari tempat tinggalnya suku Sakai terdapat di beberapa daerah, seperti yang terdapat di Kabupaten Bengkalis yaitu (Desa Air Jamban, Pematang Pudu, Balai Raja, Semunai, Sebangar, Tenggau, Penaso, Pinggir, Petani). Sedangkan di Kecamatan Bathin Solapan terdapat (Desa Sebangar, Kesumbo Ampai, Petani, Buluh Manis, Pamesi, Bathin Sobanga, Bumbung, Boncah Mahang, Pematang Obo, Balai Makam, Simpang Padang, Tambusai Batang Dui, Air Kulim).

Secara budaya, luas daerah permukiman warga Sakai dibagi berdasarkan lokasi tempat tinggal. Setiap lokasi dipimpin oleh seorang Bathin yang berfungsi sebagai pemimpin spritual dan adat istiadat. Peranan Bathin pada masyarakat Sakai sangatlah sentral. Setiap kegiatan

yang menyangkut masalah pengembangan dan perubahan kondisi sosial, ekonomi, dan politik, harus mendapat persetujuan darinya.

Masyarakat Sakai di Kabupaten Bengkalis dalam pandangan umum orang-orang di luar mereka cenderung menempatkan orang Sakai sebagai masyarakat pedalaman atau suku anak dalam. Orang-orang sakai faktanya masih ada yang tinggal di hutan-hutan pedalaman Kecamatan Mandau, Bathin Solapan dan Pinggir, Kabupaten Bengkalis. Akan tetapi, tidak semua orang Sakai lagi disebut dengan suku pedalaman. Saat ini banyak sekali orang-orang Sakai yang sangat maju dalam berbagai hal. Mereka berperan dalam berbagai aspek Kebudayaan, seperti bidang ekonomi, politik, pendidikan, pelestarian dan pemajuan kebudayaan, dan berbagai posisi pimpinan dan staf dalam pemerintahan. Orang-orang Sakai juga memiliki kepedulian yang tinggi. Mereka memiliki desa Adat yang disebut dengan Desa Adat Sakai yang terletak di Desa Kesumbo Ampai, Kecamatan Bathin Solapan, Kabupaten Bengkalis (Asril, 2017:155).

Rumah-rumah mereka yang dahulunya sederhana, kini sudah banyak yang permanen, memiliki perabotan rumah tangga yang sama dengan orang-orang Melayu atau juga suku bangsa lain di sekitarnya. Anak-anak merekapun sekarang sudah berpendidikan bahkan sudah mencapai gelar sarjana. Namun demikian, usaha pertanian atau perladangan bagi orang Sakai tetap menjadi sumber pendapatan yang paling utama sehingga sampai sekarang masih tetap dipertahankan, terutama pada generasi tua. Sedangkan bagi generasi muda orang Sakai,

sudah mulai mencari sektor ekonomi lainnya yang dianggap lebih baik yakni sebagai pegawai negeri maupun swasta seperti bekerja di pertambangan minyak caltex.

Dengan lahirnya generasi-generasi baru yang sudah berkecambungan di dunia pendidikan membuat masyarakat suku Sakai mengetahui dunia teknologi. Mereka saat ini sebagian sudah menggunakan teknologi-teknologi yang canggih. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin lama semakin canggih. Teknologi yang kerap dilihat oleh masyarakat sangat mempunyai daya tarik tersendiri. Mulai dari alat-alat teknologi yang canggih dapat menimbulkan perubahan yang sangat mencolok di masyarakat termasuk masyarakat suku Sakai. Bahkan mereka sudah menggunakan media yang canggih yaitu media sosial untuk memperkenalkan kebudayaannya.

Kebudayaan suku Sakai terbilang masih melekat pada masyarakat adatnya. Kebudayaan dan adat istiadat bagi mereka itu sangat penting. Karena bagi mereka kebudayaan itu adalah suatu warisan budaya yang sangat berharga dan harus tetap dilestarikan dan tidak akan pernah memudar sampai kapanpun. Masyarakat suku Sakai masih menggunakan upacara-upacara tradisional, seperti upacara dalam menyembuhkan penyakit, apabila masyarakat suku Sakai mengalami sakit, maka sebagian mereka masih melakukan upacara pengobatan dengan cara memuja roh nenek moyang. Begitu juga budaya suku Sakai dalam upacara penambalan bathin. Menurut Nata (2013:440) Budaya adalah suatu istilah yang

mengandung arti segala daya, cipta, rasa, dan karsa yang dihasilkan oleh manusia. Bentuk budaya tersebut dapat berupa bangunan lengkap dengan arsitekturnya yang indah, ilmu pengetahuan dan teknologi, kesenian, sastra, dan lain sebagainya.

Dari beberapa daerah suku Sakai, penulis hanya melakukan penelitian di Desa Kesumbo Ampai. Penulis melakukan penelitian di Desa Kesumbo Ampai karena persebaran permukiman Suku Sakai di Kecamatan Mandau pemekaran pada tahun 2017, saat ini berada di beberapa desa di Kecamatan Bathin Solapan salah satunya yaitu Desa Kesumbo Ampai. Mayoritas orang sakai bermukim di Desa Kesumbo Ampai dan terdapat kurang lebih 173 KK Pada tahun 2017. Permukiman penduduk Sakai di Kecamatan Bathin Solapan khususnya di Desa Kesumbo Ampai pada dasarnya sudah layak menjadi Desa Adat, karena sudah memenuhi syarat yang ditetapkan Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014 sebagaimana persyaratan utamanya adalah adanya Hutan Adat; Rumah Adat; Struktur Organisasi Bathin atau struktur kelembagaan asli; pelestarian nilai-nilai sosial dan adat istiadat. Dan wilayahnya masih memiliki tanah ulayat dan benar-benar alami terlihat eksistensinya sebagai Desa Adat; hukum adat; struktur sistem sosial Bathin serta terjaganya hutan adat.

Menurut Muhammad Yatim yang berusia 64 tahun sebagai tokoh adat sekaligus ketua Bhatin yang ada di komunitasnya yaitu Desa Kesumbo Ampai menyatakan bahwa hutan yang ada di Desa Kesumbo

Ampai adalah satu-satunya hutan yang masih tersisa. Hutan alam dengan pepohonan raksasa yang tersisa kini baru di jaga setelah sebagian besarnya ‘hilang’ dijarah para penguasa dan pengusaha. Hutan alam di Kesumbo Ampai masih terlihat asri dan alami.

Hutan adat di Desa Kesumbo Ampai kaya dengan sumber daya hayati karena di dalamnya banyak terdapat kayu kulim, seminai, kempas, gaharu, meranti, kepayang dan lain-lainnya. Disamping itu di hutan adat Desa Kesumbo Ampai juga masih banyak tumbuhan berkhasiat untuk obat-obatan, sehingga sampai saat ini masyarakat Sakai bila ada yang sakit masih banyak yang mengandalkan ramuan obat tradisional dengan cara meracik obat-obatan tradisional dari tumbuhan di hutan adat tersebut. Hutan Adat suku Sakai seluas 260 Ha.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat masyarakat membutuhkan informasi yang lebih cepat untuk diakses. Hal-hal yang dahulu biasanya dilakukan dengan cara yang cukup terbatas dan rumit sehingga memakan waktu yang lebih lama, namun sekarang sudah dapat dilakukan dengan berbagai alternatif lain yang lebih mudah dan cepat. Dengan beragam pilihan media yang ada, khalayak lebih memilih media yang lebih praktis. Dengan begitu media sosial pilihan yang tepat sebagai subjek penelitian.

Suku Sakai merupakan suku asli yang terdapat di Provinsi Riau. Suku Sakai memiliki keunikan tersendiri, seperti mereka masih menjalani tradisi adat istiadat kebudayaannya seperti tradisi pengobatan yang

berkomunikasi dengan makhluk ghaib. Keunikan lainnya memiliki sistem kebudayaan dalam bentuk bathin dan masih ada yang lebih cenderung berkawan dengan alam walaupun saat ini diselingin dengan kemajuan teknologi.

Berikut bukti bahwa di Desa Kesumbo Ampai sudah memiliki media berupa teknologi canggih seperti yang berkembang pada zaman sekarang serta sudah bisa juga untuk mengakses internet. Dari fakta yang ada masyarakat suku lainnya menganggap bahwa suku sakai merupakan suku pedalaman dan jauh dari akses internet.



Gambar 1.1: Tampilan Akses Internet

Keterangan Gambar : lingkaran merah membuktikan bahwa di Desa Kesumbo Ampai sudah memiliki akses internet.

Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh masyarakat Kesumbo Ampai terhadap budaya mereka melalui media sosial yaitu dengan memposting beberapa kebudayaannya seperti makanan khas, alat pencarian ikan, dan lain sebagainya. Mereka memposting melalui media sosialnya yaitu *Facebook*, *Youtube*, dan *Instagram*.



Gambar 1.2: Cuplikan gambar di sosial Media Facebook

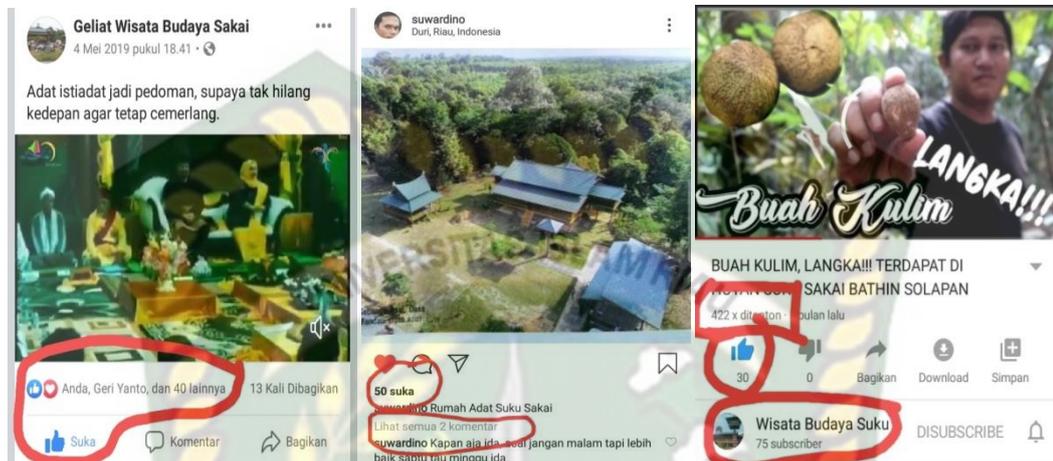


Gambar 1.3: Cuplikan Gambar di Sosial Media Instagram



Gambar 1.4: Cuplikan Gambar di Sosial Media Youtube

Hasil observasi awal dari akun mereka (Masyarakat suku Sakai) mengenai *like*, koment maupun *viewers* dari postingan tentang kebudayaannya.



Gambar 1.5: Cuplikan Gambar Mengenai *Like*, *Koment*, *Viewers* di Media Sosial *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube*

Masyarakat di Desa Kesumbo Ampai hanya menggunakan beberapa jenis media sosial sebagai tempat atau wadah untuk memperkenalkan kebudayaannya. Media sosial tersebut terdiri dari *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube*. Bagi mereka mediasosialtersebut lebih mudah digunakan dan khayalak juga lebih banyak menggunakannya.

Arti penting dari permasalahan ini adalah terletak pada bagaimana penggunaan media sosial bagi masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam memperkenalkan kebudayaannya.

Namun masih ada berbagai masyarakat di beberapa daerah seperti salah satu contohnya yaitu masyarakat Duri yang belum terlalu mengenali tentang kebudayaan suku Sakai. Seperti Tarian, Rumah Adat, Hutan Adat dan lain sebagainya. Dari beberapa narasumber, penulis mendapatkan

informasi tentang suku Sakai, bagaimana pengetahuan mereka tentang suku Sakai.

*Algi Fahri, (21), yang berasal dari Duri mengatakan “saya pernah tau tentang orang Sakai, pernah jumpa, pernah satu tempat kerja yang sama. Kebudayaan mereka tau sedikit-sedikit, contohnya makanan khas mereka, tapi saya lupa namanya, tapi seingat saya berasal dari ubi. Tanggapan saya tentang orang sakai biasa saja dan pedalaman atau tidaknya menurut saya 50:50 maksudnya (50 iya) dan (50 tidak). Dan saya belum pernah ke kampung mereka. Saya juga pernah melihat mereka di sosial media, seperti sosial media teman saya yang bersuku Sakai tadi. saya juga pernah melihat di media sosial seperti youtube, reporter dari luar yang masuk kesana untuk memperlihatkan kebudayaan mereka. Tapi saya kurang tau yang memperlihatkannya itu asli dari suku Sakai atau tidak. (8/9/2020).*

*Ibu Sutri Winingsih, (31), yang berasal dari Duri mengatakan “saya tau tentang orang Sakai, menurut saya suku sakai sekarang ada yang tinggal dipedalaman dan sudah ada juga tinggal diluar. Bagi yang sudah tinggal diluar itu suku Sakai yang sudah modern. Dan suku Sakai yang modern biasanya sudah tinggal tidak jauh dari perkotaan. Seperti suku Sakai yang tinggal di Desa Kesumbo Ampai dan di Desa Kesumbo Ampai juga sudah ada rumah adatnya. Saya mengetahui rumah adat karena pernah lewat dan melihat gapura rumah adatnya tetapi tidak pernah masuk ke dalam. Tetapi, saya belum pernah melihat postingan tentang kebudayaan suku Sakai di media seperti media sosial (10/9/2020).*

*Ibu Wasmiasi orang tua dari Titin Virgo, (54), yang berasal dari Duri mengatakan “saya pernah mendengar kata suku Sakai dan menurut saya suku Sakai itu suku yang keterbelakang, saya pernah mengetahui suku Sakai itu seperti apa bahkan pernah melihat kebudayaan suku Sakai seperti tarian. Pandangan saya terhadap suku Sakai adalah suku Sakai orangnya baik, ramah, berkomunikasi dengan baik dan sopan. Tetapi saya belum pernah melihat kebudayaan suku Sakai melewati media, seperti media sosial (15/9/2020).*

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian mengenai “Analisis Penggunaan Media Sosial Bagi Masyarakat Suku Sakai Kesumbo Ampai dalam Memperkenalkan Kebudayaannya”.

## **B. Identifikasi Masalah Penelitian**

Sesuai dengan apa yang peneliti jabarkan dalam latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada dalam usulan penelitian ini, diantaranya:

1. Kecepatan akses internet belum merata kesemua wilayah di Desa Kesumbo Ampai.
2. Postingan atau konten yang ditampilkan admin media sosial masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai kurang menarik dalam memperkenalkan kebudayaannya.
3. Kurang lengkapnya Informasi yang disajikan admin media sosial masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam postingan tentang kebudayaannya

## **C. Fokus Penelitian**

Dari beberapa masalah diatas, peneliti akan memfokuskan pada penggunaan media sosial bagi masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam memperkenalkan kebudayaannya.

## **D. Rumusan Masalah**

Dalam uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah: “Bagaimana analisis penggunaan media sosial bagi masyarakat suku sakai Kesumbo Ampai dalam memperkenalkan kebudayaannya?”.

## E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana analisis penggunaan media sosial bagi masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam memperkenalkan kebudayaannya.

### 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat, meliputi:

#### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian lebih lanjut tentang motivasi didalam bidang ilmu komunikasi dan menjadi dasar tolak ukur dalam penelitian mengenai hal-hal yang menyangkut penggunaan media sosial, serta diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmiah ilmu komunikasi.

#### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami tentang analisis penggunaan media sosial bagi suatu kebudayaan dan dapat menjadi wawasan tentang keterkaitan media sosial pada suatu budaya adat istiadat tertentu.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003) dalam Mulawarman dan Nurfitri (2017:37). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan itu menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014) dalam Mulawarman dan Nurfitri (2017: 37). Maka, dilihat dari masing-masing pengertian dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial (Mulawarman dan Nurfitri, 2017: 37).

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Nasrullah, 2017:11). Media sosial sendiri didefinisikan sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan

menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Haenlein, 2010:59).

Menurut Shirky dalam Nasrullah (2017:11) media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik.

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam aktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah 2017:11)

Media sosial (*Social media*) adalah media *online* yang mendukung berbagai interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial mempunyai beberapa situs media sosial yang populer seperti pada sekarang ini yakni: *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Twitter*, dan lain sebagainya (Doni,2017:16).

Antony Mayfield (2008) dalam Doni (2017:16) menjelaskan bahwa media sosial merupakan media dimana para penggunanya dapat dengan sangat mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi informasi, menciptakan pesan.

Media sosial (medsos) atau social media menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Keberadaannya makin tidak bisa dipisahkan dari cara berkomunikasi antar manusia. Sebagai bentuk aplikasi dalam komunikasi secara virtual, medsos merupakan hasil dari kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) atau *Information Communication Technology* (ICT) (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014:4).

Tidak bisa dipungkiri, medsos dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio, atau media cetak. Keunggulan itu dapat terjadi karena medsos tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak, modal yang besar, dan tidak terikat oleh fasilitas infrastruktur produksi yang masih seperti kantor, gedung dan perangkat peliputan lain (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014:27).

Pengguna medsos bahkan bisa aktif, mengambil peran dan independen dalam menentukan konten-konten dalam medsos kapan pun dan di mana pun. *User* medsos bebas untuk mengedit seperti mengurangi dan menambahkan, menyebarkan, serta memodifikasi baik

tulisan, gambar, video, grafis, maupun berbagai bentuk konten yang lain (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014:28).

#### **a. Fungsi Media Sosial**

Fungsi media sosial yang dijelaskan Doni (2017:16), sebagai berikut:

1. Media sosial merupakan media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia yang menggunakan internet dan teknologi *web*.
2. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat isi pesan itu sendiri.

#### **b. Karakteristik Media Sosial**

Karakteristik media sosial sebagai berikut (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014:25-27) dalam Kurniawan (2018:17), yaitu:

1. Konten yang disampaikan dan ditampilkan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu, artinya bersifat umum semua khalayak bisa melihatnya.
2. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* (penjaga gerbang) dan tidak ada gerbang penghambatnya artinya pesan yang disampaikan bebas.
3. Isi disampaikan secara *onlinedan* langsung, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya.
4. Konten dapat diterima secara *online* dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.

5. Media sosial menjadikan penggunaannya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
6. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (*eksis*), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (*group*).

Rulli Nasrullah (2015: 15) dalam Fikri (2019: 16), Media Sosial memiliki karakteristik yang khusus dan tidak dimiliki oleh beberapa media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding dengan media lainnya. Adapun karakteristik media sosial yaitu:

- a. Jaringan (*network*)

Media sosial ini memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi saat ini, seperti komputer, telepon genggam atau *tablet*. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas, contohnya seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, dll.

- b. Informasi (*information*)

Dalam media sosial, informasi menjadi komoditas yang dapat dikonsumsi oleh pengguna komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk

sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat.

c. Arsip (*archive*)

Bagi setiap pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi dan data telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di *Facebook* informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan bahkan sampai tahun.

d. Interaktif (*interactivity*)

Merupakan karakter dasar dari media sosial ialah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi sesama antara pengguna tersebut.

McQuail (dalam Laksono, 2018: 22) dalam Fikri (2019: 18), karakteristik yang telah disebutkan di atas dapat diketahui bahwa media sosial mempunyai peran penting dalam kehidupan masyarakat. Peranan tersebut tidak lepas dari pertukaran informasi dan pada akhirnya memberikan fungsi-fungsi bagi penggunaannya, dimana fungsi media sosial antara lain:

- 1) Memberikan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat.
- 2) Memberikan informasi tentang korelasi yang bersifat menjelaskan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.

- 3) Dapat memberikan hiburan untuk merekam ketegangan sosial, mengalihkan perhatian dan sarana relaksi.
- 4) Mobilisasi untuk mengkampanyekan tujuan masyarakat untuk bidang politik, pembangunan pekerjaan dan agama.

### c. Penggunaan Media Sosial

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (2002:852), penggunaan memiliki arti proses, cara perbuatan memakai sesuatu, atau pemakaian. Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang.

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal dalam Thea Rahmani (2016:22), yaitu:

- 1) Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi, yang digunakan dalam mengakses situs.
- 2) Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
- 3) Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial.

melalui media sosial memungkinkan banyak pengguna yang berpartisipasi dengan menyumbangkan bantuan baik berupa materi ataupun hal lainnya.

Dalam penggunaan media sosial dapat dimanfaatkan untuk kepentingan individu maupun kelompok, banyak sekali manfaat-

manfaat yang terdapat dalam media sosial. Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2002:750) dalam Fikri (2019: 18), pemanfaatan diartikan sebagai guna, cara, perbuatan yang dilakukan seseorang. Pemanfaatan media sosial adalah perbuatan yang dilakukan seseorang pada sumber informasi untuk mendatangkan nilai guna dari informasi yang didapatkan.

Media sosial dapat diartikan sumber informasi yang dimanfaatkan oleh pengguna untuk memperoleh suatu informasi dan juga untuk memberikan informasi. Dalam penelitian ini orientasi penggunaannya pada sebuah media sosial khususnya *Facebook, Instagram* dan *Youtube*. Dengan memanfaatkan dan menggunakan media sosial tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi pengguna. Dengan terpenuhi kebutuhan dan menyebarkan informasi pengguna maka menimbulkan suatu nilai guna terhadap proses pemanfaatan media tersebut. (Fikri, 2019: 18).

#### **d. Mengukur Keberhasilan Penggunaan Media Sosial**

Dalam penggunaan media sosial seperti *Facebook, Instagram* dan *Youtube*, sangat perlu untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan dalam penggunaan untuk memanfaatkan sosial media tersebut. Oleh sebab itu, Taral Patel seorang eksekutif PR India dan seorang pemasar digital bersertifikat mengemukakan sebuah konsep tentang bagaimana cara mengukur efektifitas keberhasilan penggunaan dalam memanfaatkan media sosial, yaitu:

a. Jangkauan (*reach*)

Fungsi dari jangkauan ini ialah untuk melihat seberapa banyak khalayak melihat postingan atau pesan di media sosial. Jangkauan dapat menjadi alat ukur bagi seseorang mengenai konten yang dibuat dan sejauh mana konten itu menyebar. Jangkauan juga membantu melihat perkembangan jumlah khalayak. Cara menghitung jangkauan dengan menggunakan fitur yang disediakan oleh media sosial itu sendiri.

b. Keterlibatan (*Engagement*)

Fungsi dari keterlibatan untuk melihat ketertarikan khalayak untuk berinteraksi pada setiap unggahan di media sosial. Keterlibatan ini diukur dengan cara melihat tindakan yang dilakukan para pengguna pada tiap unggahan. Keterlibatan ini membantu seseorang dalam memahami apakah unggahannya dapat diterima dengan baik oleh khalayak atau tidak. Lalu keterlibatan juga memberikan gambaran tentang para khalayak terhadap layanan, produk, atau instansi yang terkait. Indikator utama dari keterlibatan sebagai berikut:

1. Penyebutan nama merek di media sosial, baik positif atau negatif
2. Khalayak membaca *email* atau *newsletter*

### 3. Jumlah *retweet*, *like*, dan *share* di media sosial.

Didalam menggunakan media sosial untuk memanfaatkannya, ada 3 interaksi yang sangat diperlukan yaitu, *comment*, *like*, dan *share*. Dari ketiga interaksi itulah akan bisa melihat sejauh mana keberhasilan dalam penggunaan media sosial.

## 2. *Facebook*

*Facebook* adalah sebuah portal *social networking* atau yang disebut dengan sosial jaringan yang didirikan oleh Mark Zuckerberg (Dipanegara 2011). *Facebook* merupakan laman sosial ataupun sebuah tapak *web* rangkaian sosial yang dikendali dan dimiliki secara persendirian oleh *Facebook* (Haronzah, dkk. 2019:259). *Facebook* merupakan sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004 (Sasmito, 2015:186).

*Facebook* adalah sebuah layanan jejaring sosial yang bisa menghubungkan anda dengan saudara, rekan, atau bahkan berbagi dengan orang lain yang ada dibelahan dunia lain untuk bisa saling berkomunikasi. Dengan *Facebook* semua hal bisa dilakukan dengan mudah, mulai berbagi informasi, berbagi foto, video dan hal-hal menarik lainnya (*Facebook, Twitter*, dan *Plurk* dalam Satu Genggaman, 2010:1).

Sebagai pakar dalam TI, Onno W. Purbo dalam Kompas, 8 Februari 2010, halaman 6 dalam Mira Ziveria (2017:175) telah memilih fitur-fitur *Facebook* yang dijadikan rekomendasi, yaitu:

- a. *Status update*. *Status update* merupakan fitur pada *Facebook* yang memungkinkan kita untuk mengetahui keadaan teman-teman kita tanpa harus bertemu/berkomunikasi langsung dengannya. Dengan *Facebook*, kita dapat mengetahui kondisi dari banyak teman-teman kita dalam waktu yang sama, kapan saja. Kita juga akan lebih tahu berita terkini yang sedang ramai dibicarakan oleh teman-teman kita.
- b. *Photo tagging*. *Photo tagging* merupakan fitur pada *Facebook* yang membuat kita dapat mengetahui nama-nama dari orang-orang yang ada di sebuah foto. Selain itu, foto-foto yang memuat diri kita pun dikumpulkan jadi satu, sehingga mudah dicari.
- c. *Real screen name*, pada saat pendaftaran untuk menjadi anggota aktif, *Facebook* mewajibkan nama minimal terdiri dari dua kata, dan harus merupakan nama asli. Berbeda dengan *Friendster* yang penggunanya banyak menggunakan nama-nama yang lucu atau nama samaran, di *Facebook* sebagian besar penggunanya (setidaknya teman-teman saya) menggunakan nama aslinya sebagai *screen name* mereka. Ini memudahkan kita dalam mencari teman kita.
- d. *Neat design*. Menurut Onno W. Purbo, design *Facebook* tergolong sangat rapi. Penggunaannya tidak diberikan hak yang berlebihan untuk mengganti design *profile-page*-nya (seperti mengganti *background picture*, *font*

*tulisan*, dan sebagainya yang bisa membuat tulisan menjadi sulit terbaca, dan lain-lain.

- e. *Ajax Technology*. *Ajax technology* merupakan fitur pada *Facebook* yang memungkinkan bagian tertentu dari sebuah halaman dapat di-*update* tanpa harus me-*refresh* /membuka kembali halaman itu.
- f. *Games*. Terdapat banyak *games* yang terintegrasi dengan *Facebook*. Sebagian besar *games* tersebut memungkinkan kita dapat berinteraksi dengan teman-teman kita di *Facebook* di dalam *games* tersebut. Banyaknya *games* juga didukung oleh diperbolehkannya setiap orang untuk membuat aplikasi *Facebook* sendiri.
- g. *Birthday list*, merupakan fitur pada *Facebook* yang membantu mengingatkan kita teman-teman kita yang berulang tahun.
- h. *Privacy Control*, merupakan fitur pada *Facebook* yang memungkinkan kita untuk mengatur konten-konten apa saja yang dapat diakses secara publik, atau hanya orang-orang tertentu saja yang dapat mengaksesnya.
- i. *“Like” Feature*. *“Like” Feature* merupakan sebuah fitur yang terdapat pada *Facebook* untuk mengapresiasi teman-teman kita melalui status yang diberikan atau foto, *games*, artikel dan lain-lain yang diupload pada *Facebook* oleh teman-teman kita.

### 3. *Instagram*

Atmoko (2012:10) dalam Damayanti (2018:262) menjelaskan bahwa *Instagram* adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khususnya untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, tapi letak perbedaannya dari cara pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi kepada penggunanya. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena *Instagram* mempunyai fitur yang dapat membuat foto lebih cantik dan indah, lebih artistik dan akan menjadi lebih bagus.

*Instagram* diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua sarjana dari Stanford University di Amerika Serikat. Mereka berdua meluncurkan *instagram* pada bulan Oktober 2010. Jumlah pengguna *Instagram* sudah mencapai ratusan juga. (Kevin Systrom dan Mike Krieger, "Sejarah Indonesia" (*Online*) dalam Damayanti (2018:262).

*Instagram* berasal dari kata "*instan*" atau "*insta*", seperti kamera polaroid yang dulu lebih dikenal dengan "foto instan" (pengertian *instagram*, 2012, dalam <http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>, diakses pada tanggal 04 Januari 2016) dalam Damayanti (2018:269). *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya.

Sedangkan untuk “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja *telegram* adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu pula dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* berasal dari kata “*instan-telegram*”. (Damayanti, 2010:269).

### **Fitur-Fitur *Instagram***

Betari (2014) dalam Fikri (2019:24) menyebutkan bahwa *Instagram* memiliki sejumlah fitur yang dapat digunakan, antara lain:

- 1) *Squarecropping*, merupakan salah satu fitur unik yang dimiliki oleh *Instagram*, yaitu memotong foto berbentuk kotak persegi dengan rasio 4:4. Foto yang diunggah pun haruslah berbentuk kotak persegi sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak *Instamatic* atau Polaroid.
- 2) *Gallery*, merupakan ruang untuk memasang foto, di dalam situs *Instagram*, para pengguna dapat mengunggah foto dan memasang foto. Selain foto juga dapat mengunggah video.
- 3) *Like*, pengguna *Instagram* juga bisa memberi apresiasi terhadap foto yang diunggah dengan tombol *like* berbentuk hati.
- 4) *Comment*, pengguna *Instagram* juga bisa mengomentari foto yang diunggah dan mendapatkan *feedback* dari pemilik akun.

- 5) *Home*, adalah halaman utama saat membuka aplikasi *Instagram*, yang berupa rangkaian berita mengenai foto-foto terbaru yang baru saja diunggah oleh akun-akun yang diikuti oleh pengguna.
- 6) *Direct*, fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto secara pribadi ke akun yang diinginkan. Dengan fitur ini foto atau video yang diunggah hanya bisa dilihat oleh akun yang dipilih oleh pengguna.
- 7) *News Bar*, fitur ini memberikan pengguna mengenai aktivitas terbaru yang ada difotonya dan foto yang dikomentari oleh pengguna (komentar, *like*, *followers* baru, *mention*, dan lain sebagainya).
- 8) *Explore*, ialah bar berisi kumpulan foto populer yang banyak mendapat *like* di *Instagram*.
- 9) *Search*, merupakan filter untuk pencarian tagar maupun akun. (Nurchayani, 2018: 10) dalam Fikri (2019: 25).

*Instagram* tidak hanya untuk komunikasi dan promosi, *Instagram* juga digunakan sebagai media hiburan, menyampaikan berita dan informasi. Adapun juga pengguna yang memanfaatkan akunnya di *Instagram* untuk membagikan informasi serta memperkenalkan sebuah kebudayaan. Akun akun tersebut memperkenalkan kebudayaannya serta memberi informasi tentang kebudayaannya. Salah satu nama akunnya yaitu Wisata Budaya Suku Sakai.

#### 4. *Youtube*

Tjanatjantia Widika (2013) dalam Faikah dkk, (2016:259) menjelaskan bahwa *Youtube* adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer yang dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan Februari 2005 oleh orang mantan karyawan *payPal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di *Youtube* adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.

Sebagai perbandingan menurut DeCesare (2014) dalam Faikah dkk, (2016:260) mengatakan *Youtube* adalah sumber daya yang sangat baik untuk video *online*. Situs ini sangat berbeda dalam penawaran mereka untuk pengguna upload. Panjang video, penonton, dan alat-alat yang tersedia bervariasi.

*Youtube* merupakan video *online* dan yang paling utama dari kegunaan situs ini adalah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli kesegala penjuru dunia melalui suatu *web* (Budiargo, 2015:47) dalam David, dkk (2017:7).

Kehadiran *Youtube* membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video *blog*. *Youtube* sangat mudah digunakan, tidak memerlukan biaya yang tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan

*gadget* yang kompatibel. Hal itu membuat para pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan (David, dkk (2017:7).

Terdapat karakteristik *Youtube* yang membuat dari sebagian pengguna betah menggunakannya. Penulis mengelompokkan karakteristik *Youtube* menjadi 5 bagian (Fatty Faiqah, dkk, 2016:260-261). Antara lain:

1. Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan *Youtube* dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu semisal *Instagram*, *Snapchat*, dan sebagainya.
2. *System* pengaman yang mulai akurat. *Youtube* membatasi pengamannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, ilegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
3. Berbayar. Saat ini seperti yang sedang menjadi viral dimana-mana, *Youtube* memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke *Youtube*.
4. *System offline*. *Youtube* mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu *system offline*. *System* ini memudahkan para pengguna untuk menonton videonya pada saat *offline* tapi sebelumnya video tersebut harus *download* terlebih dahulu.

5. Tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.

Pemanfaatan *Youtube* yang lebih nyata dan langsung aplikatif terhadap berbagai keperluan dan kebutuhan pengguna (Fatty Faiqah, dkk, 2016:261-263) seperti yang tertera dibawah ini:

1. Memberikan layanan gratis. Secara umum, *Youtube* menawarkan layanan gratis khususnya untuk menikmati dan mengakses video-video yang masuk dalam sistemnya.
2. Men-*download* (Unduh) beberapa video tertentu. *Youtube* memungkinkan pengguna untuk mengunduh beberapa video-video tertentu.
3. Mengakses dan berbagi informasi seputar hal-hal teknis. Banyak pengguna yang mengakses *Youtube* untuk mengetahui cara-cara melakukan beberapa hal tertentu. Seperti demo memasak, cara menggunakan aplikasi dalam komputer atau telepon pintar, dan lain sebagainya.
4. Mengakses video streaming. Mengakses video streaming baik *live* maupun tidak, merupakan manfaat lain yang ditawarkan *Youtube*.

5. Mengenalkan dan memasarkan produk sebagian besar pengguna *Youtube* juga menggunakan media sosial ini untuk menguatkan dan memajukan bisnis yang tengah dikelola.
6. Mengakses video informatif. Jika diperhatikan acara dan siaran TV belakangan, seringkali kita akan banyak bertemu dengan keterangan bertuliskan *Courtesy: Youtube* di bagian bawah layar televisi.
7. Mendukung industri hiburan. *Youtube* membantu pengguna untuk mengakses video yang mereka inginkan semisal video *clip* dari penyanyi atau band kesayangan, film dari aktor, aktris atau sutradara favorit, tayangan yang sedang in dan lain sebagainya.
8. Menguatkan *branding* lembaga/institusi. Selain rutin dikunjungi oleh para pebisnis yang ingin memasarkan produk, siswa yang ingin mengetahui video ilmiah terkait pelajaran yang mereka terima di sekolah. Pengguna yang ingin mengetahui banyak informasi tentang hobi atau gaya hidup yang mereka miliki, *Youtube* juga digunakan sebagai media *branding* lembaga atau organisasi.
9. Mengetahui respon dan komentar khalayak. Fitur ‘suka’ dan ‘komentar’ dalam *Youtube* sangat memudahkan pengguna yang mengunggah dan membagi sebuah video tertentu untuk

mengetahui respon dan komentar konsumen terhadap kualitas maupun konten videonya.

10. Memfasilitasi pengguna menguasai skill dasar membuat video.

*Youtube* memungkinkan mereka secara otodidak belajar mengupload video dan menambah kualitasnya. Misalnya, dapat dilihat dari fitur *Youtube* editor.

## 5. Kebudayaan

Kebudayaan berasal dari kata Sanskerta "*buddhayah*" yang merupakan bentuk jamak dari kata "*buddhi*" atau akal. Dengan demikian, kebudayaan dapat diartikan sebagai "hal-hal yang bersangkutan dengan budi atau akal". *Culture*, merupakan istilah bahasa asing yang sama artinya dengan kebudayaan, berasal dari kata latin "*colere*" yang berarti mengolah atau mengerjakan (mengolah tanah atau bertani). Dari asal arti tersebut yaitu "*colere*" kemudian "*culture*" diartikan sebagai segala daya dan kegiatan manusia untuk mengolah dan mengubah alam. (Syukri, 2015:15).

Kebudayaan sangat erat kaitannya dengan masyarakat. Herskovits dalam Syukri (2015:15) menjelaskan bahwa memandang kebudayaan sebagai suatu yang turun temurun dari satu generasi ke generasi lain, yang kemudian disebut sebagai *superorganik*, kebudayaan mengandung keseluruhan pengertian,

nilai, norma, ilmu pengetahuan serta struktur-struktur sosial, religius, dan lain-lain serta segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat. Kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, didalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat.

Budaya secara harfiah berasal dari bahasa Latin, yaitu *colere* yang memiliki arti mengerjakan tanah, mengolah, memelihara ladang. Menurut Poespowardojo dalam Syukri (2015:15), budaya adalah keseluruhan sistem gagasan tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan cara belajar.

Pengertian budaya atau kebudayaan menurut beberapa ahli, sebagai berikut (Setiadi, dkk, 2006:27-28) yaitu:

1. **E.B. Tylor (1832-1917)**, Budaya adalah suatu keseluruhan kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan, hukum, adat istiadat, dan kemampuan yang lain, serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat.
2. **R. Linton (1893-1953)**, Kebudayaan dapat dipandang sebagai konfigurasi tingkah laku yang dipelajari dan hasil tingkah laku

yang dipelajari, dimana unsur pembentuknya didukung dan diteruskan oleh anggota masyarakat lainnya.

3. **Koentjaraningrat** (1923-1999), Kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, milik diri manusia dengan belajar.
4. **Selo Soemardjan** (1915-2003) dan **Soelaeman Soemardi** Kebudayaan adalah semua hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat.
5. **Herkovits**(1985-1963), Kebudayaan adalah bagian dari lingkungan hidup yang diciptakan oleh manusia.

Defenisi budaya yang dikemukakan oleh para sarjana-sarjana Indonesia sebagai berikut (Prasetya, dkk, 2011:30) yaitu:

1. **Sutan Takdir Alisyahbana:** Kebudayaan adalah manifestasi dari suatu bangsa.
2. **Dr. Moh. Hatta:** Kebudayaan adalah ciptaan hidup dari suatu bangsa.
3. **Mangunsarkoro:** Kebudayaan adalah segala yang bersifat hasil kerja jiwa manusia dalam arti yang seluas-luasnya.
4. **Haji Agus Salim:** Kebudayaan merupaka persatuan istilah budi dan daya menjadi makna sejiwa dan tidak dapat dipisahkan.

## Unsur-unsur kebudayaan

Unsur-unsur kebudayaan dalam Maran (2007:38-47), Sebagai berikut:

### 1. Kepercayaan

Kepercayaan berkaitan dengan pandangan tentang bagaimana dunia ini beroperasi. Kepercayaan itu bisa berupa pandangan-pandangan atau interpretasi-interpretasi tentang masa lampau, bisa berupa penjelasan-penjelasan tentang masa sekarang, bisa berupa prediksi-prediksi tentang masa depan, dan bisa juga berdasarkan *common sense*, akal sehat, kebijaksanaan yang dimiliki suatu bangsa, agama, ilmu pengetahuan, atau suatu kombinasi antara semua hal tersebut. Kepercayaan membentuk pengalaman, baik pengalaman pribadi maupun pengalaman sosial.

### 2. Nilai

Jika kepercayaan menjelaskan apa itu sesuatu, maka nilai menjelaskan apa yang seharusnya terjadi. Nilai itu luas, abstrak, standar kebenaran yang harus dimiliki, yang diinginkan, dan yang kayak dihormati. Meskipun mendapat pengakuan luas, nilai-nilai pun jarang ditaati oleh setiap anggota masyarakat. Namun inilah yang menentukan suasana kehidupan kebudayaan dan masyarakat.

Nilai mengacu pada apa atau sesuatu yang oleh manusia dan masyarakat dipandang sebagai yang paling berharga. Dengan perkataan lain, nilai itu berasal dari pandangan hidup suatu

masyarakat. Pandangan hidup itu berasal dari sikap manusia terhadap Tuhan, terhadap alam semesta, dan terhadap semuanya.

### 3. Norma dan Sanksi

Jika nilai itu cita-cita abstrak, maka norma adalah aturan khusus, atau seperangkat peraturan tentang apa yang harus dan apa yang tidak harus dilakukan oleh manusia. Norma mengungkapkan bagaimana manusia seharusnya berperilaku atau bertindak. Norma adalah standar yang ditetapkan sebagai garis pedoman bagi setiap aktivitas manusia lahir dan kematian, bercinta dan berperang, apa yang harus dimakan dan apa yang harus dipakai, kapan di mana orang bisa becanda, melucu dan sebagainya.

Jika norma-norma adalah garis pedoman, sanksi-sanksi merupakan kekuatan penggerakannya. Sanksi adalah ganjaran ataupun hukuman yang memungkinkan orang untuk mematuhi norma. Sanksi itu bisa bersifat formal maupun informal. Pelanggaran terhadap norma akan mendatangkan sanksi-sanksi yang telah ditetapkan. Tanpa sanksi, norma-norma akan kehilangan kekuatannya.

### 4. Teknologi

Sebagai hasil penerapan ilmu, teknologi adalah cara kerja manusia. Dengan teknologi manusia secara intensif berhubungan dengan alam dan membangun kebudayaan dunia sekunder yang berbeda dengan dunia primer (alam). Teknologi membawa pengaruh

besar terhadap manusia, tidak hanya terhadap cara hidup manusia tetapi juga menentukan teknologi berikutnya.

#### 5. Simbol

Simbol adalah sesuatu yang dapat mengekspresikan atau memberikan makna contohnya seperti sebuah salib atau sebuah patung Budha, suatu konstitusi, suatu bendera. Banyak simbol berupa objek-objek fisik yang telah memperoleh makna kultural dan dipergunakan untuk tujuan-tujuan yang lebih bersifat simbolik ketimbang tujuan-tujuan instrumental.

#### 6. Bahasa

Bahasa adalah “gudang kebudayaan” (Harroff, 1962). Bahasa merupakan sarana utama untuk menangkap, mengkomunikasikan, mendiskusikan, mengubah, dan mewariskan arti-arti kepada generasi baru. Kemampuan untuk melakukan komunikasi simbolik, khususnya melalui bahasa, membedakan manusia dari hewan. Namun bahasa bukan sekedar sarana komunikasi atau sarana mengekspresikan sesuatu. Dengan bahasa manusia menciptakan dunianya yang khas manusiawi (kebudayaan).

#### 7. Kesenian

Melalui karya-karya seni, seperti seni sastra, musik, tari, lukis, dan drama, manusia mengekspresikan ide-ide, nilai-nilai, cita-cita, serta perasaan-perasaannya

Tidak semua pakar kebudayaan merinci unsur-unsur kebudayaan seperti terpapar diatas. Menurut Koentjaraningrat dalam Maran (2007:46-47), ada tujuh unsur kebudayaan, sebagai berikut: (1) Sistem religi dan upacara keagamaan, (2) Sistem sosial dan organisasi kemasyarakatan, (3) Sistem pengetahuan, (4) Bahasa, (5) Kesenian, (6) Sistem mata pencaharian hidup, dan (7) Sistem teknologi dan peralatan. Katanya ketujuh unsur kebudayaan ini bersifat universal, karena terdapat dalam semua kebudayaan yang ada di dunia, baik dalam kebudayaan masyarakat pedesaan maupun dalam kebudayaan masyarakat perkotaan.

### **Wujud kebudayaan**

Wujud kebudayaan menurut prof. Dr. Koentjoroningrat menguaraikan tentang wujud kebudayaan menjadi 3 macam, dalam Prasetya (2011:32-33), yaitu:

1. Wujud kebudayaan sebagai kompleks dari ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan, dan sebagainya.
2. Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks aktivitas serta tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat.
3. Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya manusia.

Wujud pertama adalah wujud ideal kebudayaan. Sifatnya abstrak, tak dapat diraba dan difoto. Letaknya dalam alam pikiran manusia.

Wujud kedua adalah yang disebut sistem sosial atau *social system*, yaitu mengenai tindakan berpola manusia itu sendiri. Sistem sosial ini terdiri dari aktivitas-aktivitas manusia yang berinteraksi satu dengan lainnya dari waktu ke waktu, yang selalu menurut pola tertentu. Sistem sosial ini bersifat konkrit sehingga bisa diobservasi, difoto dan didokumentir.

Wujud ketiga adalah yang disebut kebudayaan fisik, yaitu seluruh hasil karya manusia dalam masyarakat. Sifatnya sangat konkrit berupa benda-benda yang bisa diraba, difoto dan dilihat. Ketiga wujud kebudayaan tersebut di atas dalam kehidupan masyarakat tidak terpisah satu dengan yang lainnya. Kebudayaan ideal dan adat-istiadat mengatur dan mengarahkan tindakan manusia baik gagasan, tindakan dan karya manusia, menghasilkan benda-benda kebudayaan secara fisik. Sebaliknya kebudayaan fisik membentuk lingkungan hidup tertentu yang makin menjauhkan manusia dari lingkungan alamnya sehingga bisa mempengaruhi pola berpikir dan membuatnya.

### **Ciri-ciri kebudayaan**

Ciri-ciri kebudayaan dalam Maran (2007:49), sebagai berikut:

- a. Kebudayaan adalah produk manusia. Artinya, kebudayaan itu adalah ciptaan manusia, bukan ciptaan Tuhan atau Dewa. Manusia adalah pelaku sejarah dari kebudayaannya.

- b. Kebudayaan selalu bersifat sosial. Artinya, kebudayaan tidak pernah dihasilkan secara individual, melainkan oleh manusia secara bersama. Kebudayaan adalah suatu karya manusia secara bersama, dan bukan per-orangan.
- c. Kebudayaan diteruskan lewat proses belajar. Artinya, kebudayaan itu diwariskan dari generasi yang satu ke generasi lainnya melalui suatu proses belajar. Kebudayaan berkembang dari waktu ke waktu.

#### **6. Suku Sakai**

Suku Sakai adalah salah satu suku terasing yang tinggal, dan hidup berkembang di Riau. Masyarakat Sakai sering juga disebut dengan orang Sakai atau suku asli. (Erni, 2014:17).

Suku Sakai merupakan asli suku pedalaman yang hidup di daratan Riau. Suku Sakai selama ini sering dicirikan sebagai kelompok terasing yang hidup berpindah-pindah di hutan. Namun seiring berjalannya waktu, alam asri tempat mereka tinggal berlindung sudah punah. Kawasan yang tadinya hutan, berkembang jadi industri perminyakan, usaha kehutanan, perkebunan karet, perkebunan sawit, dan sentra ekonomi. (Ningsih, 2017:7).

Hamidi (1991:12) dalam Totok dan Zulfa (2010:1) menjelaskan bahwa Suku Sakai merupakan suku terasing yang mendiami provinsi Riau. Dan tempat tinggal, masyarakat Sakai

dapat dibedakan menjadi Sakai Luar dan Sakai Dalam. Sakai Dalam merupakan sakai yang masih hidup setengah menetap dalam rimba belantara, dengan mata pencaharian berburu, menangkap ikan dan mengambil hasil hutan. Sakai Luar adalah warga yang mendiami perkampungan berdampingan dengan permukiman-permukiman puak melayu dan suku lainnya.

Masyarakat suku Sakai masih eksis sampai saat ini. Keberadaan mereka dapat ditinjau dalam tiga masa kekuasaan atau periode. Tiga masa kekuasaan tersebut adalah suku Sakai masa kekuasaan pemerintahan kerajaan Siak, masa kekuasaan Belanda, dan masa kekuasaan zaman Jepang. (Totok dan Zulfa, 2010:2).

Walaupun demikian, sampai saat ini masyarakat Sakai sudah mengalami perubahan, sebagian sudah memeluk agama islam dan memperoleh pendidikan mulai Sekolah Dasar sampai perguruan tinggi. Masyarakat suku Sakai tidak hanya bekerja sebagai peramu, melainkan sudah ada yang bekerja sebagai guru, pegawai negeri, pedagang, petani dan nelayan. (Totok dan Zulfa, 2010:2).

Menurut Moskowski (1908) dan kemudian juga dikutip oleh Loeb (1935) Orang Sakai adalah orang Veddoid yang bercampur dengan orang-orang Minangkabau yang datang bermigrasi pada sekitar abad ke-14 ke daerah Riau, yaitu ke Gasib, di tepi sungai Gasib di hulu sungai Rokan. Gasib kemudian

menjadi sebuah Kerajaan Aceh, dan warga masyarakat ini melarikan diri ke hutan-hutan di sekitar daerah sungai-sungai Gasib, Rokan, dan Mandau serta seluruh anak-anak Sungai Siak. Mereka adalah nenek moyang orang Sakai. (Suparlan, 1995:72).

#### 1. Perbatinan Lima dan Perbatinan Delapan

##### a. Perbatinan Lima

Negeri Pagarruyung sangat padat penduduknya. Rajanya berusaha mencari wilayah-wilayah pemukiman baru untuk menampung kepadatan penduduknya. Yang dipilih adalah wilayah-wilayah di sebelah timur Pagarruyung karena tampaknya masih kosong penduduk dan hanya dipenuhi rimba belantara. Sebuah rombongan yang jumlahnya 190 orang terdiri atas 189 orang janda dan seorang hulubalang atau prajurit laki-laki sebagai kepalanya dikirim oleh raja untuk berangkat ke arah timur. Mereka menembus hutan rimba belantara dan akhirnya mereka sampai di tepi sebuah anak sungai yang mereka namakan Sungai Biduando, yang artinya “sungai dari rombongan 189 orang janda yang dipimpin oleh seorang kepala rombongan (Bidu = kepala rombongan, dan Ando = janda). Nama Biduando kemudian berubah menjadi Mandau (tetapi menurut keterangan beberapa orang informan lainnya, kata Mandau itu sebenarnya berasal dari

kata Marandau yang artinya campuran nasi dengan ubi kayu, yang merupakan makanan pokok orang Sakai).

Desa-desanya atau kepenghuluan-kepenghuluan orang Sakai yang tergolong dalam Perbatinan Lima tersebut adalah:

1. Desa Minas. Desa ini masih ada dan sebagian besar warganya adalah orang Sakai.
2. Desa Penaso. Desa ini sudah tidak ada lagi sekarang (1982). Karena jumlah penduduknya hanya 8 keluarga, Penaso dijadikan sebuah Rukun Kampung dari Desa Muara Basung.
3. Desa Beringin Sakai. Pada masa sekarang desa ini sudah tidak ada lagi karena seluruh warganya dengan dipimpin oleh Kepala Desanya Bapak Saepel, telah berpindah ke Pemukiman Masyarakat Terasing di Kandis dan di Bulu Kasap.
4. Desa Tenganau. Desa ini masih ada dan sebagian besar warganya adalah orang Sakai.

b. Perbatinan Delapan

Beberapa lamanya setelah keberangkatan rombongan terakhir meninggalkan Pagarruyung, kerajaan ini telah menjadi padat lagi penduduknya. Mencari nafkah dirasakan sulit dan kehidupan dirasakan berat oleh

sebagian dari warga masyarakat. Secara diam-diam, tanpa meminta izin dari raja, sebuah rombongan yang terdiri atas 15 orang (12 orang perempuan, sebuah keluarga yang terdiri atas suami-istri, dan bernama hulubalang yang menjadi kepala rombongan yang bernama Batin Sangkar) pada suatu malam meninggalkan Pagarryung. Tujuan mereka adalah membuka daerah baru untuk tempat bermukim. Setelah beberapa lamanya dalam perjalanan akhirnya sampailah mereka ke hulu Sungai Syam-Syam, di Mandau. Di wilayah tersebut mereka berkeliling sampai ke daerah yang dialiri tujuh buah anak sungai.

Rombongan yang dipimpin oleh Batin Sangkar akhirnya, setelah merambah hutan belantara dan rawa-rawa, sampailah mereka di daerah Petani. Setelah menetap di Petani untuk beberapa tahun lamanya, Batin Sangkar memutuskan untuk memecah rombongan tersebut ke dalam delapan tempat pemukiman yang letaknya saling berdekatan. Mereka membuka hutan bagi tempat-tempat pemukiman baru, yaitu: (1) Petani; (2) Sebang/Duri Km.13; (3) Air Jamban Duri; (4) Pinggir; (5) Semunai; (6) Syam-Syam; (7) Kandis; (8) Balaimakam. Perbatinan-perbatinan yang tergolong sebagai Perbatinan Delapan itu sampai sekarang masih ada, hanya jumlah dan komposisi

penduduknya sudah jauh berbeda dari semula, dan begitu juga masing-masing dikepalai seorang kepala desa (kepenghuluan) dan masing-masing dikepalai seorang kepala desa (penghulu

## 2. Adat Istiadat

Dalam kehidupan sehari-hari orang Sakai sekarang sudah sulit melihat momen peradatan seperti yang sering dilakukan dahulu. Sekarang menurut informasi yang diperoleh oleh penulis hampir seluruh aktivitas kehidupan sudah mengacu pada aturan non adat seperti peraturan pemerintah maupun agama. Selain itu generasi muda yang ada sekarang juga sebagian cenderung tidak memperdulikan adat iatiadat yang berlaku dan mengikat kehidupan sosial budaya masyarakat Sakai dahulu.

Mengutip hasil penelitian yang dilakukan oleh tim Kesumbo (1998) dalam Erni (2014:54) menjelaskan bahwa adat istiadat yang masih dilestarikan adalah bentuk-bentuk peradatan yang tidak dianggap bertentangan dengan agama. Adanya balai adat yang dinamakan dengan Kesumbo Ampai (Balai Adat tersebut hanya ada di Desa sebanga Asal, setelah terjadi pemekaran desa tersebut dinamakan Desa Kesumbo Ampai karena terdapat Balai Adat yang dinamakan Kesumbo Ampai) dalam masyarakat Sakai sekarang lebih difungsikan

sebagai tempat pertemuan atau pemuka adat. Dahulu rumah adat atau balai adat ini ditempati oleh batin pucuk yakni batin tertinggi dari sebuah perbatinan. (Erni, 2014:54).

## **7. Media sosial sebagai promosi budaya**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep-konsep yang relevan dengan judul penelitian, berkaitan dengan penggunaan media sosial *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube* sebagai alat untuk memperkenalkan kebudayaan bagi masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai Kecamatan Bathin Solapan, Kabupaten Bengkalis. Konsep yang digunakan oleh penelitian ini adalah konsep media sosial sebagai promosi budaya.

Menggunakan media sosial sangat mudah, hemat biaya, dan efektif dalam memperkenalkan atau mempromosikan suatu objek wisata dan kebudayaan di suatu daerah. Hal tersebut yang membuat media sosial semakin diminati untuk dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan promosi. Penggunaan media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk mengekspresikan pengalaman melalui foto maupun video. Martinez dalam (Siska Larita, dkk, 2020:55).

Memperkenalkan dan mempromosikan objek wisata dan kebudayaan melalui media sosial lebih unggul dibandingkan memperkenalkannya melalui media tradisional. Karena media

tradisional tidak mampu menjangkau ruang dan waktu secara cepat serta audiensi yang luas, dengan keterbatasan itulah memperkenalkan dan mempromosikan melalui media tradisional ini sering dianggap tidak efektif. Wikipedia (2019) dalam Siska Larita, dkk, 2020:56).

Media merupakan sarana ataupun alat untuk menayangkan dan memperkenalkan informasi secara visual maupun audio visual yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk atau jasa dan tujuan dari promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian, dan selanjutnya memberi pengaruh guna untuk meningkatkan daya tarik. (Larita, dkk, 2020:58)

## **B. Defenisi Operasional**

Sehubungan dengan penelitian yang berjudul Analisis Penggunaan Media Sosial Bagi Masyarakat Suku Sakai Kesumbo Ampai dalam Memperkenalkan Kebudayaanannya, maka dapat peneliti jelaskan sebagai berikut:

### **1. Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media dalam jaringan yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan

menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Dan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Melewati media sosial para pengguna untuk berbagi dan meraih informasi maupun sebagai hiburan.

## 2. Facebook

*Facebook* adalah media dalam jaringan yang menyediakan berbagai fitur untuk memenuhi kebutuhan masing-masing baik individu maupun kelompok. *Facebook* sebuah layanan jejaring sosial yang bisa menghubungkan anda dengan saudara, rekan, atau bahkan berbagi dengan orang lain yang ada dibelahan dunia lain untuk bisa saling berkomunikasi. Dengan *facebook* kita bisa juga mulai bertukar informasi, berbagi foto, video dan juga bisa sebagai promosi dan hiburan.

## 3. Instagram

*Instagram* adalah sebuah aplikasi dalam jaringan yang berfungsi untuk berbagi foto dengan tujuan masing-masing pengguna, baik berbentuk kelompok maupun individu yang berfungsi untuk mengirim informasi kepada khalayak.

## 4. Youtube

*Youtube* adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi video. Para pengguna bisa memuat, menonton dan

membagikan video kepada khalayak dengan tujuan untuk memberi informasi.

#### 5. Kebudayaan

Kebudayaan adalah hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia, kebudayaan mengandung nilai, norma, ilmu pengetahuan serta struktur-struktur sosial, religius dan segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat. Di dalam kebudayaan terdapat keseluruhan yang kompleks didalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat.

#### 6. Suku Sakai

Suku Sakai adalah suku asli yang terdapat di Riau. Suku Sakai dahulunya suku yang dilabelkan sebagai salah satu suku terasing. Tetapi seiring perkembangan zaman, suku Sakai sekarang sudah maju, karena sebagian masyarakat Sakai sudah ada yang tinggal di dekat perkotaan.

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

**Tabel . 2.1**  
**Kajian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian
1.	Sisca Larita, Abdul Halik, Kamaluddin	Instagram sebagai media promosi	Penelitian ini bertujuan untuk	Hasil penelitian

	Tajibu, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, Vol. 1, No. 1, 2020.	dinas kebudayaan dan kepariwisataan sulawesi selatan	mendeskripsikan dan menganalisis penggunaan Instagram sebagai media promosi objek wisata, dan untuk menampilkan fitur Instagram dalam prosesnya promosi pariwisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Selatan Propinsi. Metode penelitian kualitatif	ini menunjukkan bahwa Disbudpar Sulawesi Selatan menggunakan Instagram sebagai media promosi, dan juga digunakan sebagai media informasi tentang kegiatan yang telah dilakukan atau akan dilakukan.
2.	Wanda Oktaviani, Mahasisw Departemen Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Vol. 17, No. 1, 2019.	Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Pongok, Kabupaten Klaten	Untuk menganalisis karakteristik responden dan media sosial, menganalisis sejauh mana efektivitas media sosial serta faktor apa saja yang memengaruhi efektivitas promosi. Kuantitatif didukung oleh data kualitatif.	Faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas promosi pada tahap interest adalah tingkat pendapatan dan kelengkapan informasi, pada tahap desire adalah kejelasan informasi dan daya tarik, dan pada tahap action

				adalah tingkat pendapatan dan kelengkapan informasi.
--	--	--	--	--

#### Persamaan dan Perbedaan

1. Pada penelitian Sisca Larita, Abdul Halik, Kamaluddin Tajibu (2020) memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti mengenai media sosial sebagai media promosi atau memperkenalkan yang berkaitan dengan kebudayaan sedangkan perbedaannya yaitu apabila Sisca Larita, dkk (2020) meneliti mengenai *Instagram* sebagai media promosi dinas kebudayaan dan kepariwisataan sulawesi selatan, sedangkan peneliti mengenai analisis penggunaan media sosial dalam memperkenalkan kebudayaan suku Sakai Kesumbo Ampai.
2. Pada penelitian Wanda Fazriah Oktaviani (2019) memiliki kesamaan yaitu sama sama meneliti tentang penggunaan media sosial. Sedangkan perbedaannya yaitu Wanda Fazriah Oktaviani (2019) meneliti tentang efektivitas penggunaan media sosial sebagai media promosi wisata Umbul sedangkan penelitian ini penggunaan media sosial untuk memperkenalkan suatu kebudayaan.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif yang dipaparkan kedalam bentuk deskriptif menurut bahasa, cara pandang, subjek penelitian yang berkenaan dengan masalah penelitian.

Menurut Moleong (2011: 6) dalam Angki Aulia (2013: 66) menjelaskan bahwa, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Sugiyono (2011: 9) dalam Angki Aulia (2013: 66) metode penelitian kualitatif adalah metode yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, sedangkan untuk meneliti pada objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan). Analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Menurut Soeharsimi Arikuto (1991:25) dalam Ardiyanto (2018:25), penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mana peneliti bermaksud mengetahui keadaan suatu data dan bagaimana, berapa banyak, sejauh mana dan sebagainya. Data yang digunakan berupa kata-kata dan gambar sehingga bukan angka.

Jadi metode penelitian kualitatif deskriptif adalah suatu penelitian yang memaparkan fenomena yang terjadi berupa gambaran tentang suatu kejadian yang diamati oleh peneliti secara jelas, tanpa menggunakan perhitungan statistik. Peneliti memilih bentuk penelitian kualitatif deskriptif adalah karena dengan metode ini dapat mengetahui cara pandang objek penelitian lebih mendalam yang tidak bisa diwakili dengan angka. Realita yang muncul merupakan bahan kajian dalam penelitian ini sehingga objek yang diteliti akan diungkapkan secara detail dan mendalam sesuai dengan kondisi aslinya.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena dalam penelitian ini menggambarkan dan menjelaskan fenomena yang terjadi yang bersifat deskriptif yaitu menggambarkan situasi tertentu atau data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata daripada angka-angka.

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian atau responden adalah orang yang diminta untuk memberikan keterangan tentang suatu fakta atau

pendapat. Sebagaimana dijelaskan Arikunto (2006: 145) dalam Yuka (2013: 53) subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Jadi, subjek penelitian itu merupakan sumber informasi yang digali untuk mengungkap fakta-fakta di lapangan. Dalam penelitian ini penentuan informan akan dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Pemilihan informan sebagai subjek diantaranya memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki akun *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* masyarakat Suku Sakai dalam memperkenalkan kebudayaannya. Contoh akun medsosnya ialah seperti “Wisata Budaya Suku Sakai”.

Adapun informan yang menjadi subjek primer penelitian dipilih peneliti sebagai berikut:

- a. Admin media sosial masyarakat suku Sakai Desa Kesumbo Ampai yang memperkenalkan kebudayaannya.

## 2. Objek Penelitian

Adapun objek penelitian yaitu yang menjadi titik perhatian oleh penelitian. Dalam penelitian ini yang akan dijadikan objek penelitian ialah, penggunaan media sosial *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube* sebagai alat untuk memperkenalkan kebudayaan suku Sakai Kesumbo Ampai.

### C. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Desa Kesumbo Ampai, Kecamatan Bathin Solapan, Kabupaten Bengkalis.

#### 2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dapat dilihat pada tabel penelitian 3.1

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Waktu Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	2020												2021								Ket				
		Bulan dan Minggu Ke																								
		Sept-Okt				Nov-Des				Jan-Feb				Mar-Mei				Juni								
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4							
1.	Persiapan dan Penyusunan Usulan Penelitian	x	x	x	x	x	x	x																		
2.	Seminar Usulan Penelitian								x																	
3.	Riset									x	x															
4.	Penelitian Lapangan											x	x													
5.	Pengolahan dan Analisis Data															x										
6.	Konsultasi Bimbingan Skripsi															x	x	x	x	x	x					
7.	Ujian Skripsi																							x		
8.	Revisi dan Pengesahan Skripsi Penggandaan Serta penyerahan																								x	
9.	Skripsi																								x	

## **D. Sumber Data**

### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan penelitian melalui wawancara dengan tatap muka dan juga hasil observasi di lapangan. Sumber penelitian primer diperoleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu maupun kelompok.

Dalam penelitian ini sumber data primer didapatkan dari hasil pengamatan peneliti dilapangan melalui proses wawancara secara langsung dari informan seperti masyarakat yang berasal dari suku lain (kecuali suku Sakai) untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan juga admin atau pengguna akun media sosial masyarakat suku Sakai untuk memperkenalkan kebudayaannya.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002: 58). Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, jurnal, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku, jurnal dan artefak (Keris, Rumah adat, dan lain sebagainya).

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang sangat penting bagi kegiatan penelitian, karena pengumpulan data tersebut akan menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Sehingga dalam pemilihan teknik pengumpulan data harus cermat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati dan mencermati serta melakukan pencatatan data atau informasi yang sesuai dengan konteks penelitian. Teknik observasi diharapkan dapat menjelaskan atau menggambarkan secara luas dan rinci tentang masalah yang dihadapi. Menurut Nasution dalam Hikmat (2011:73) dalam Adam (2020:28), teknik observasi dapat menjelaskan secara luas dan rinci tentang masalah-masalah yang dihadapi karena data observasi berupa deskripsi yang faktual, cermat, dan terperinci mengenai keadaan lapangan, kegiatan manusia, dan sistem sosial, serta konteks tempat kegiatan itu terjadi.

Dalam penelitian ini hasil observasi didapatkan melalui pengguna akun sosial media masyarakat suku Sakai dengan cara mengamati cuplikan/potongan gambar/video yang terdapat dalam akun media sosial mereka.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu kaedah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam penelitian sosial. Kaedah ini digunakan ketika subjek kajian (responden) dan peneliti berada langsung bertatap muka dalam proses mendapatkan informasi bagi keperluan data primer. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta, kepercayaan, perasaan, keinginan dan sebagainya yang diperlukan untuk memenuhi tujuan penelitian. Wawancara mengharuskan kedua belah pihak baik itu peneliti maupun subjek kajian (responden) bertemu dan berinteraksi langsung dan aktif agar dapat mencapai tujuan dan data yang didapat dan bersifat akurat. (Newman, 2013) dalam Rosaliza (2015:71).

Sebelum wawancara dilakukan, peneliti terlebih dahulu melakukan observasi. Pada penelitian ini wawancara awal dilakukan dengan beberapa masyarakat dari (tidak bersuku Sakai) dan selanjutnya masyarakat Desa Kesumbo Ampai yang menggunakan media sosial untuk memperkenalkan kebudayaannya dengan pewawancara yang sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian.

### 3. Dokumentasi

Selain teknik observasi dan wawancara peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh data-data yang diperlukan untuk melengkapi data-data penelitian. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain oleh subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan. (Herdiansyah, 2010: 143).

Dokumentasi penelitian ini akan didapat dari hasil potongan layar untuk mendapatkan foto dan video dari akun media sosial masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai.

#### F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. (Bachtiar, 2010:56). Ada beberapa jenis triangulasi data yang umum digunakan:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber berarti membandingkan mengecek ulang derajat kepercayaan atau suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan wawancara, membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.

b. Triangulasi Waktu

Digunakan untuk validitas data yang berkaitan dengan perusahaan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu ke waktu.

c. Triangulasi Teori

Memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan penelitian pengumpulan data dan analisis data yang lebih lengkap.

d. Triangulasi Peneliti

Menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara. Karena masing-masing peneliti mempunyai gaya, sikap, dan persepsi yang berbeda dalam mengamati suatu fenomena maka hasil pengamatan dapat berbeda dalam mengamati fenomena yang sama.

e. Triangulasi Metode

Usaha mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama.

Dari beberapa jenis triangulasi data, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi sumber, karena teknik ini dianggap yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data. Teknik triangulasi sumber didapatkan melalui pengecekan ulang keabsahan data dengan membandingkan sumber yang didapat melalui informan dengan sumber yang didapat melalui hasil observasi seperti cuplikan layar untuk mendapatkan foto dan video di akun sosial media masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai.

**G. Teknik Analisa Data**

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang mengacu pada transformasi data-data mentah ke dalam suatu bentuk yang mudah dimengerti dan diterjemahkan. Jenis analisis deskriptif yang dapat dilakukan memiliki kaitan yang erat dengan bentuk atau jenis pengukuran yang dilakukan dalam riset tersebut. Bog dan Bilden dalam Ahmad Said (2005:51) mengemukakan lima ciri-ciri dari sebuah kualitatif yaitu:

1. Penelitian kualitatif dilakukan pada latar alamiah sebagai sumber data langsung dan penelitian merupakan instruksi kunci.
2. Bersifat deskriptif yaitu menggambarkan situasi tertentu atau data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata daripada angka-angka.
3. Lebih memperhatikan proses daripada hasil atau produk semata.
4. Dalam menganalisis data cenderung secara induktif.
5. Makna merupakan hal yang esensial bagi penelitian kualitas.

Tujuan dari analisis data pada dasarnya untuk menyederhanakan seluruh data yang telah ada dan menyusunnya secara sistematis. Analisis data menggunakan model interaktif sebagaimana diajukan oleh Miles dan Huberman yang terdiri dari empat hal utama, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan beberapa kriteria diantaranya:

a. Pengumpulan data

Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dituliskan dalam catatan lapangan yang berisi tentang apa yang dilihat, didengar, disaksikan, dialami dan juga temuan tentang apa yang dijumpai selama

penelitian dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya.

b. Reduksi data

Reduksi data yaitu proses dimana peneliti melakukan pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” dari catatan tertulis di lapangan. Proses reduksi data ini dimaksudkan untuk lebih mempertajam, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian data yang tidak diperlukan penarikan kesimpulan yang kemudian dilanjutkan dengan proses verifikasi.

c. Penyajian data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan-kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data cenderung mengarah pada penyederhanaan data sehingga mudah dipahami (Miles dan Huberman, 2009:17).

d. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan menyangkut interpretasi peneliti, yaitu penggambaran makna dari data yang telah dihasilkan dalam penelitian, serta menganalisis data dan kemudian membuat kesimpulan, peneliti harus mencari pola, hubungan persamaan dan sebagainya antar detail untuk dipelajari kemudian disimpulkan. Kesimpulan ini juga di verifikasi selama

penelitian berlangsung dengan maksud untuk menguji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yang merupakan validitas.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Desa Kesumbo Ampai

Kesumbo Ampai merupakan nama dari sebuah Desa, di Provinsi Riau, tepatnya berada di Kabupaten Bengkalis, Kecamatan Bathin Solapan. Desa Kesumbo Ampai merupakan Desa yang ditempati oleh penduduk asli Suku Melayu, sering disebut dengan sebutan Suku Sakai.

Keadaan geografis di Desa Kesumbo Ampai sekarang sudah dekat dengan perkotaan, yaitu Kota Duri dan Kota Dumai. Jarak Kota Duri dengan Desa Kesumbo Ampai diperkirakan mencapai 29,3 km. Sedangkan jarak antara Desa Kesumbo Ampai dengan Kota Dumai mencapai 38,8 km. Dengan dekat perkotaan, warga di Desa Kesumbo Ampai sudah tidak langka lagi untuk menggunakan teknologi sebagai kebutuhannya. Karena disana sudah bisa mengakses internet, tetapi belum merata kesemua wilayah .

Pada saat ini jalur penghubung dalam kehidupan suku Sakai di Desa Kesumbo Ampai sudah menggunakan sepeda, sepeda motor, bahkan sebagian suku Sakai menggunakan mobil sebagai transportasi sehari-hari. Faktor pendidikan juga membuat masyarakat suku Sakai semakin maju dan berkembang. Seperti di Desa Kesumbo Ampai

sudah banyak juga terdapat anak-anak yang melanjutkan pendidikannya dan bahkan sudah menjadi sarjana. Di Desa Kesumbo Ampai saat ini pemerintah kabupaten Bengkalis sudah mendirikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMKN 2). Dengan sudah banyak pemuda-pemudi Desa Kesumbo Ampai mengenyam pendidikan, tidak diragukan lagi bahwa mereka sudah menggunakan media yang canggih, seperti media sosial.

**Tabel. 4.1**  
**Desa di Kecamatan Bathin Solapan**

No	Nama Desa	Geografis	Teknologi, Informasi dan Komunikasi (TIK)	Benda Budaya Yang masih ada
1.	Balai Makan	Luas wilayah 45km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 10km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah menyebar termasuk di wilayah Kecamatan Bathin Solapan seperti di Desa Balai Makam. Masyarakat disana sudah menggunakan teknologi canggih seperti smartpone, laptop, dll sebagai teknologi informasinya.	-
2.	Petani	Luas wilayah 80km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 12km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	Baju tarian adat
3.	Sebangar	Luas wilayah 66,47km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 0km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-
4.	Bambung	Luas wilayah 104km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 23km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-
5.	Kesumbo Ampai	Luas wilayah 100km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan	Juga telah menggunakan	baju dari kulit kayu,

		dengan pusat pemerintahan desa 12km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	alat musik, keris kuno
6.	Tambusai Batang Dui	Luas wilayah 10km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 18km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-
7.	Simpang Padang	Luas wilayah 25,47km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 17km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-
8.	Pematang Obo	Luas wilayah 20km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 17km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-
9.	Air Kulim	Luas wilayah 60km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 4km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-
10.	Buluh Manis	Luas wilayah 67km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 18km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-
11.	Boncah Mahang	Luas wilayah 83,53km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 2km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-
12.	Pamesi	Luas wilayah 76km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 27km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-
13.	Bathin Sobanga	Luas wilayah 20km <sup>2</sup> , jarak lurus antara Ibukota Kecamatan dengan pusat pemerintahan desa 25km. Letak geografis desa (dataran), topografi desa (datar).	Juga telah menggunakan Teknologi baru seperti Smartphone, laptop, dll.	-

**Sumber: (Buku Geografis Desa Kec.Bathin Solapan)**

Penjelasan:

Jumlah Potensi wisata sejarah lebih banyak di Desa Kesumbo Ampai seperti Rumah Adat dan Hutan Adat. Rumah adat berbentuk rumah panggung menjadi kekayaan budaya bagi warga sakai. Tempat itu juga

berfungsi sebagai museum karena berisi beragam peralatan dan peninggalan suku Sakai, seperti baju dari kulit kayu, foto masyarakat Sakai tempo dulu, alat musik, peta tanah adat, hingga keris kuno. Jarak tempuh untuk pergi ke Hutan Adat dan Rumah Adat tersebut berkisar 2 kilometer dari jalan raya.

## 2. Sejarah Suku Sakai di Riau

Orang Sakai pada umumnya adalah masyarakat biasa yang tinggal dipedalaman. Karena posisi tinggal mereka yang jauh kedalam, mereka jarang melakukan kontak sosial dengan masyarakat lain. Bagi masyarakat biasa sebutan Sakai sering dilabelkan pada sekelompok masyarakat yang terasing, terkebelakang yang disertai dengan kehidupan yang penuh dengan kekuatan magis. Akibatnya masyarakat secara umum juga merasa risikan dan takut untuk berinteraksi dengan mereka. (Erni, 2014:24).

Jika ditelusuri sejarah asal muasal orang Sakai, terdapat dua pandangan yang berbeda. Pertama, berdasarkan laporan Souriya Effendi Harris dalam laporan khusus tentang suku terasing di Riau pada Prisma 1, Januari 1994 dalam Erni (2014:25), suku Sakai merupakan suku yang seketurunan dengan suku Semang atau suku Jakun yang berada di pedalaman Johor Malaysia. Pada awalnya anak keturunan suku Semang tersebut menyeberangi selat Malaka dan sampai di tepi sungai Siak di Riau. Di tepi-tepi sungai Siak inilah

orang Sakai membuka perkampungan. Dalam melingkupi kehidupan mereka mulai masuk ke hutan di sekitar sungai untuk mencari kayu dan buah-buahan untuk dijadikan makanan. Orang Sakai sudah memasuki Riau jauh sebelum kerajaan Siak Sri Indrapura muncul dan berkembang.

Kedua orang Sakai pada mulanya adalah orang-orang yang berasal dari kerajaan Pagarruyung Sumatera Barat. Informasi demikian dituturkan oleh hampir semua orang Sakai yang mengetahui cerita asal muasal mereka. Di kalangan orang Sakai terdapat kelompok-kelompok yang dikenal dengan perbatinan yakni batin lima dan batin selapan. Batin lima adalah kelompok dari lima wilayah yang dijadikan hunian oleh orang-orang Sakai. Pebatinan lima ini merupakan rombongan yang lebih awal dari utusan raja pagaruyung yang membuka perkampungan. Kelima daerah yang menjadi satu dalam kelompok perbatinan lima tersebut adalah: 1) daerah sekitar Minas. 2) sekitar hulu sungai Penaso. 3) hulu sungai Beringin. 4) sungai Belutu. 5) sungai Ebon di Tenganau. (Erni, 2014:25-26).

Sementara pebatinan Selapan adalah rombongan kedua setelah pebatinan Lima yang kemudian berbagi daerah menjadi delapan. Setiap daerah dipimpin oleh seorang batin yang berfungsi sebagai penghulu. Kedelapan daerah tersebut adalah, 1) Petani. 2) Sebang Asal 3) Air Jamban. 4) Pinggir. 5) Semunai. 6) Sam-sam. 7) Balai Makam. 8) Kandis. (Erni, 2014:26).

Hasil penelitian Pasurdi Suparlan 1995) dalam Erni (2014:26) menjelaskan bahwa masyarakat Sakai berasal dari kerajaan Pagarruyung.

### 3. Daftar Nama Informan/Subjek

- 
- a. Nama : Herman Rahmadani  
Pegguna Akun Media Sosial : Youtube  
Nama Akun : Wisata Budaya Suku Sakai
- b. Nama : Yopa Andri  
Pegguna Akun Media Sosial : Instagram  
Nama Akun : Wisata Budaya Suku Sakai
- c. Nama : Irfan  
Pegguna Akun Media Sosial : Instagram  
Nama Akun : Sakai Adventure Family
- d. Nama : Abdullah Rasyid  
Pegguna Akun Media Sosial : Facebook  
Nama Akun : Geliat Wisata Budaya Sakai

## **B. Hasil Penelitian**

Media sosial merupakan tempat dimana setiap orang dapat dengan mudah berinteraksi dan berkomunikasi tanpa dibatasi oleh tempat, ruang, dan waktu di dalam dunia maya seperti kehidupan nyata. Antony Mayfield (2008) dalam Doni (2017:16) menjelaskan bahwa media sosial merupakan media dimana para penggunanya dapat berpartisipasi di dalamnya, berbagi informasi serta menciptakan pesan.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan, dalam bab ini penulis dapat memaparkan hasil penelitian yang berjudul, analisis penggunaan media sosial bagi masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam memperkenalkan kebudayaannya.

Pada bagian ini peneliti juga akan memaparkan hasil wawancara dan observasi di akun media sosial yang mereka gunakan menjadi beberapa bagian untuk mendapatkan hasil wawancara dan observasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut adalah hasil wawancara dan observasi yang peneliti dapatkan dari informan dan akun media sosialnya.

### **A. Penggunaan Media Sosial bagi Masyarakat Suku Sakai dalam Memperkenalkan Kebudayaannya**

Penggunaan media sosial oleh beberapa masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai salah satunya untuk memperkenalkan kebudayaannya dengan cara memanfaatkan media sosial yang digunakan, seperti media sosial *Youtube*, *Instagram* dan *Facebook*. Mereka menggunakan media

sosial untuk memperkenalkan kebudayaannya karena media sosial mempunyai banyak kelebihan seperti akses yang cepat, dan mudah digunakan. Seperti dalam hasil observasi dengan beberapa akun media sosial suku Sakai, peneliti memaparkan hasil wawancara dan observasi dengan pengguna akun *Youtube*, *Instagram* dan *Facebook*.

### 1. *Youtube*

#### a. Akun *Youtube* Admin Herman (Wisata Budaya Suku Sakai)

Gambar 4.1 Jumlah waktu di akun *Youtube* Wisata Budaya Suku Sakai

- **Jumlah Waktu**

Waktu yang digunakan oleh Admin *Youtube* Wisata Budaya Suku Sakai dalam menggunakan akunnya dalam sehari mencapai 3 atau 4 jam perharinya. Dan akun ini memposting dalam satu bulan mencapai 1 atau 2 postingan.



Dari paparan cuplikan layar di akun media sosial *Youtube* informan suku Sakai mengenai penggunaan media sosial untuk memperkenalkan kebudayaannya, dapat dianalisis bahwa pengguna akun menggunakan waktu setiap harinya rata-rata 1 jam 26 pada setiap harinya. Dan waktu yang paling aktif dalam menggunakan akun *Youtube* ini terletak pada hari Senin. Dan dalam 7 hari terakhir total semua waktu pengguna akun adalah sebanyak 10 jam 3 menit.

- **Isi Media**

Dari isi media ini kita bisa melihat postingan dan pesan yang ingin disampaikan melalui akun media sosial yang digunakan, apakah pesan atau informasi yang ingin disampaikan sudah lengkap, berikut penjelasan dari salah satu suku Sakai yang menggunakan akun media sosial *Youtube*, sebagai berikut:

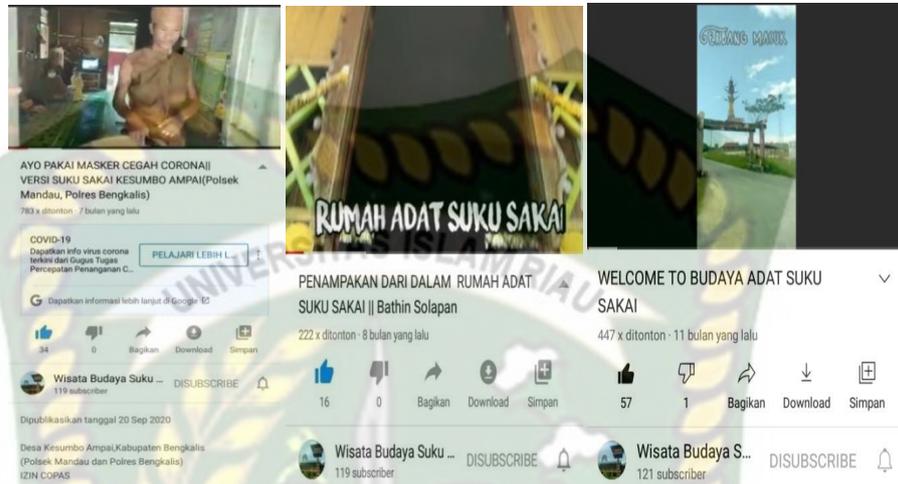
Menurut Herman Rahmadani tentang isi media yang berupa informasi yang akan disampaikan, adalah:

*“Kalau untuk dibidang lengkap masih belum karena kita disini masih memperkenalkan secara dasar supaya teman-teman/rekan-rekan yang lain tidak bosan dan tidak jenuh mengenai sejarah suku Sakai kita kenalkan secara dasarnya saja sehingga mana tau yang ingin tau lebih lengkap bisa mendatangi atau mengunjungi rumah adat suku Sakai kita yang berada di desa Kesumbo Ampai serta hutan yang dibidang masih alami”.*(Wawancara pada 28 Februari 2021)

Dan berikut hasil observasi pada akun media sosialnya:

Gambar 4.2 Isi media di akun Youtube Wisata Budaya Suku Sakai

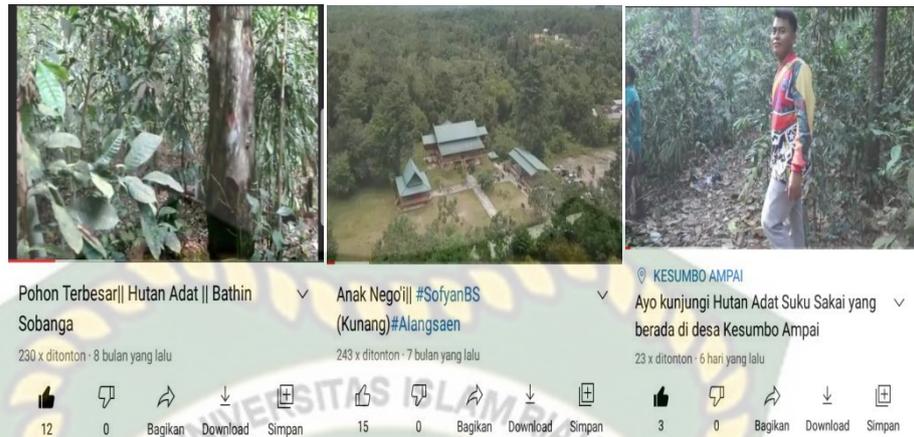
1. Isi Media berupa Rumah Adat dan Hutan Adat Suku Sakai



<p>Isi pesannya, seorang Warga suku Sakai menghimbau harus menggunakan masker pada saat virus corona sedang menyebar</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan isi dalam rumah adat suku Sakai</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan jalan menuju desa suku Sakai Kesumbo Ampai</p>
--	---	--



<p>Isi pesannya, memperlihatkan tumbuhan yang terdapat di hutan adat suku Sakai</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan arah menuju rumah Adat suku Sakai</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan rumah Adat suku Sakai</p>
---	---	---



<p>Isi pesannya, memperlihatkan tumbuhan yang terdapat di hutan Adat suku Sakai yang berupa pohon Terbesar</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan Wilayah suku Sakai yang terdapat di desa Kesumbo Ampai</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan Hutan Adat suku Sakai di desa Kesumbo Ampai</p>
--	--	---

## 2. Isi Media berupa Tarian Adat Suku Sakai dan makanan Khas Suku Sakai



<p>Isi Pesannya, memperlihatkan tarian adat suku Sakai di malam perayaan hari jadi masyarakat adat internasional</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan tarian adat yang bernama tari poang</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan makanan khas suku Sakai yang bernama Mengalo</p>
--	---	--

### 3. Isi Media berupa Kegiatan-Kegiatan Adat yang dilakukan Masyarakat Suku Sakai



Isi pesannya, memperlihatkan acara penganugerahan gelar datuk monti yang dilakukan di rumah adat suku Sakai

Isi pesannya, memperlihatkan persiapan acara untuk merayakan hari jadi masyarakat adat internasional

Dari isi media yang ada di *Youtube* ini memposting tentang info-info kegiatan yang berkaitan dengan kebudayaan suku Sakai, dan info-info tentang kebudayaan suku Sakai.

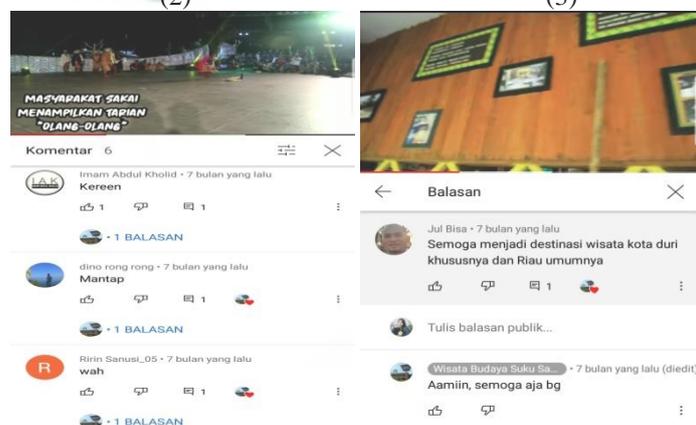
Hasil dari wawancara dan observasi diatas dapat disimpulkan bahwa dari postingan yang mereka unggah informasi dan pesan yang disampaikan masih dasar-dasarnya saja, pengetahuan singkat tentang kebudayaan yang diposting.

- **Hubungan media dengan individu**

Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial. Melalui media sosial memungkinkan banyak pengguna yang berpartisipasi. Salah satu contohnya seperti berpartisipasi

untuk memperkenalkan suatu kebudayaannya yang dahulu bahkan sampai sekarang masih ada yang belum mengetahui tentang suku tersebut dan ada yang menganggap suku ini masih suku yang keterbelakang. Hubungan media dengan pengguna ini dapat diartikan bahwa seberapa dekat media dengan pengguna dan pengguna dengan media. Berikut hasil observasinya:

Gambar 4.3 Hubungan media dengan individu di akun media sosial *Youtube* Wisata Budaya Suku Sakai





(Kedekatan pengguna dengan khalayak lumayan dekat, karena setiap khalayak memberi tanggapan yang berupa komentar akan dibalas atau diberi tanggapan berupa *like*).

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa yang dekat dengan postingan pertama itu didominasi oleh orang yang berada di Kecamatan Bathin Solapan tepatnya di desa Bumbung hal ini dibuktikan dengan komentar yang berada di postingan pertama. Sedangkan di postingan kedua di dominasi oleh orang-orang suku Sakai yang berada di desa Kesumbo Ampai. Lalu postingan yang ketiga sama dengan postingan pertama didominasi oleh orang yang berada di Kecamatan Bathin Solapan tepatnya di desa Bumbung. Postingan yang keempat didominasi oleh orang sekitaran Duri dan juga sekitaran Kecamatan Bathin Solapan. Dan postingan kelima didominasi oleh orang sekitaran Duri dan juga sekitaran Kecamatan Bathin Solapan tepatnya di desa Bumbung.

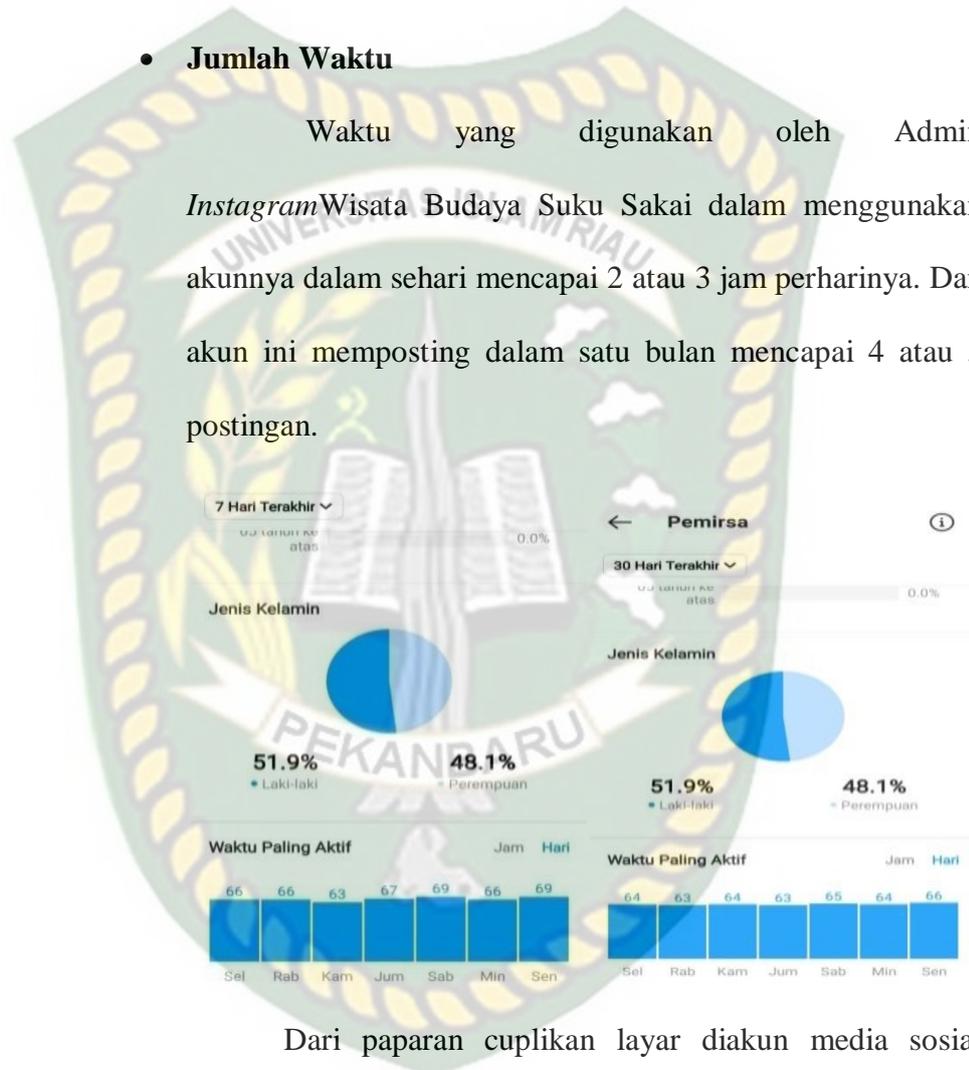
## 2. Instagram

### a. Akun Instagram Admin Andri (Wisata Budaya Suku Sakai)

Gambar 4.4 Jumlah waktu di akun Instagram Wisata Budaya Suku Sakai

- **Jumlah Waktu**

Waktu yang digunakan oleh Admin Instagram Wisata Budaya Suku Sakai dalam menggunakan akunnya dalam sehari mencapai 2 atau 3 jam perharinya. Dan akun ini memposting dalam satu bulan mencapai 4 atau 5 postingan.



Dari paparan cuplikan layar di akun media sosial Instagram informan suku Sakai mengenai penggunaan media sosial untuk memperkenalkan kebudayaannya, dapat dianalisis bahwa jumlah waktu yang paling aktif dari 7 hari terakhir terletak pada hari Sabtu dan waktu paling aktif dari 30 hari terakhir terletak pada hari Senin.

- **Isi Media**

Dari isi media ini kita bisa melihat postingan dan pesan yang ingin disampaikan melalui akun media sosial yang digunakan, apakah pesan atau informasi yang ingin disampaikan sudah lengkap, berikut penjelasan dari salah satu suku Sakai yang menggunakan akun media sosial *Instagram*, sebagai berikut:

Menurut Yopa Andri tentang isi media yang berupa informasi yang akan disampaikan, adalah:

*“Kalau untuk postingan biasanya hanya mengenalkan dasar dan memberi tahu berita mengenai suku Sakai, bisa dibilang belum lengkap dan terinci”.* (Wawancara pada 6 Maret 2021)

Dan berikut hasil observasi pada akun media sosialnya:

Gambar 4.5 Isi media di akun *Instagram* Wisata Budaya Suku Sakai

### 1. Isi Media berupa memperkenalkan Rumah Adat dan Hutan Adat



Isi Pesannya, memperkenalkan rumah adat suku Sakai yang terletak di desa Kesumbo Ampai

Isi pesannya, memperlihatkan keindahan-keindahan rumah adat di desa Kesumbo Ampai



<p>Isi pesannya, memperlihatkan wilayah rumah adat dan hutan adat suku Sakai dan mengajak khalayak untuk mengunjunginya</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan hutan adat suku Sakai bersama rekan-rekan</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan pengunjung yang mengunjungi hutan adat suku Sakai</p>
---	---	---

**2. Isi Media berupa kegiatan-kegiatan yang berkaitan tentang kebudayaan**



<p>Isi pesannya, memperlihatkan acara hari internasional masyarakat Adat sedunia (HIMAS) yang dihadiri oleh berbagai negara</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan beberapa masyarakat suku Sakai menghadiri acara hari internasional di Taman Ismail Marzuki</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan beberapa masyarakat suku Sakai bersama masyarakat adat Brazil</p>
---	--	---



<p>Isi Pesannya, memperlihatkan beberapa masyarakat adat suku Sakai sedang menghadiri acara adat internasional</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan ketika sedang menghadiri acara adat di moment terbukanya teks proklamasi</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan kunjungan Bapak Gubernur Riau di rumah adat suku Sakai</p>
--	--	--



<p>Isi Pesannya, tentang penyerahan bibit pohon-pohon alam</p>	<p>Isi pesannya, tentang mengadakan rapat untuk melestarikan alam</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan diperjalanan menuju acara hari adat internasional</p>
--	---	---

### 3. Isi Media berupa benda-benda bersejarah



Isi pesannya, memperkenalkan baju adat dan peralatan mencari ikan	Isi pesannya, memperlihatkan struktur Suku yang terdapat dirumah adat suku Sakai	Isi pesannya, memperkenalkan benda yang sangat bersejarah yaitu keris yang berada dirumah adat suku Sakai
---	--	---

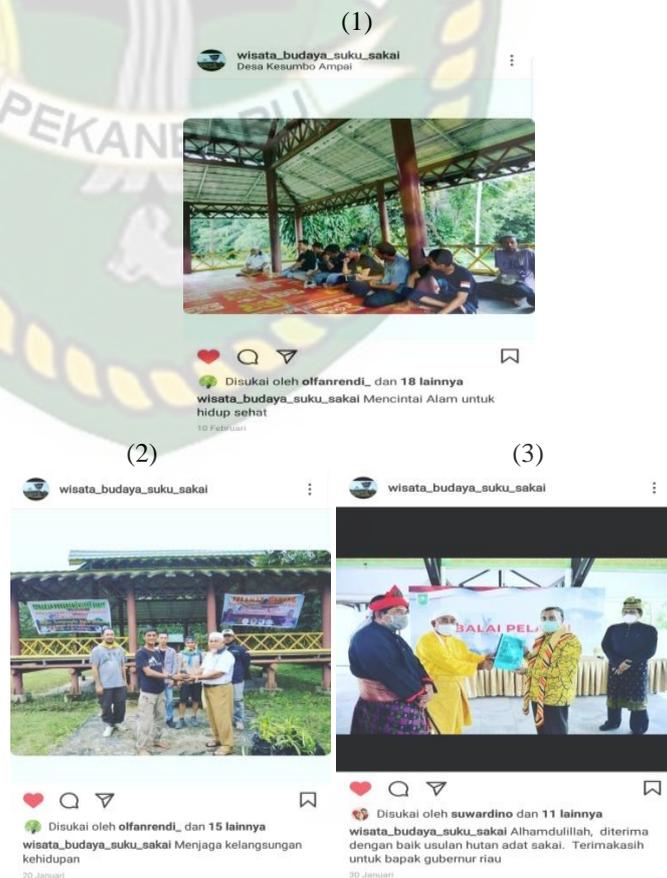
Dari isi media yang ada di *instagram* ini memposting tentang info-info kegiatan yang berkaitan dengan kebudayaan suku Sakai, info-info tentang kebudayaan dan sosialisasi/pemberdayaan dan memposting tentang benda-benda bersejarah.

Hasil dari wawancara dan observasi diatas dapat disimpulkan bahwa dari postingan yang mereka unggah informasi dan pesan yang disampaikan sudah ada, tetapi cuma masih memberikan informasi dasar-dasarnya saja termasuk pengetahuan singkat tentang kegiatan kebudayaannya.

- **Hubungan Media dengan Individu**

Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial. Melalui media sosial memungkinkan banyak pengguna yang berpartisipasi. Salah satu contohnya seperti berpartisipasi untuk memperkenalkan suatu kebudayaannya yang dahulu bahkan sampai sekarang masih ada yang belum mengetahui tentang suku tersebut dan ada yang menganggap suku ini masih suku yang keterbelakang. Berikut hasil observasinya:

Gambar 4.6 Hubungan media dengan individu di akun *Instagram* Wisata Budaya Suku Sakai





(Kedekatan Media dengan individu setelah di observasi lumayan dekat karena setiap khayalak berkomentar admin Wisata Budaya Suku Sakai selalu memberi respon).

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa yang dekat dengan postingan pertama tanggal 10 Februari itu didominasi oleh orang yang berada di sekitaran desa Kesumbo Ampai, Kecamatan Bathin Solapan maupun Duri. Hal ini dibuktikan dari total yang *like* berjumlah 18 orang. Dari 18 orang yang *like*, 14 orangnya adalah orang yang berada di sekitar desa Kesumbo Ampai maupun Kecamatan Bathin Solapan. Dan Postingan yang kedua tanggal 20 Januari itu didominasi oleh orang yang berada di sekitaran Kecamatan Bathin Solapan khususnya yang bersuku Sakai desa Kesumbo Ampai. Hal ini dibuktikan dari total yang *like* berjumlah 11 orang. Dari 11 orang yang *like*, 10 orangnya adalah orang yang berada di

sekitar desa Kesumbo Ampai maupun Kecamatan Bathin Solapan. Dan Postingan yang ketiga tanggal 30 Januari itu didominasi oleh orang yang berada di sekitaran Kecamatan Bathin Solapan khususnya yang bersuku Sakai desa Kesumbo Ampai. Hal ini dibuktikan dengan dari total yang *like* berjumlah 15 orang. Dari 15 orang yang *like*, 9 orangnya adalah orang yang berada di sekitar desa Kesumbo Ampai maupun Kecamatan Bathin Solapan.

b. Akun *Instagram* Admin Irfan (Sakai Adventure Family)

Gambar 4.7 Jumlah waktu di akun *Instagram* Sakai Adventure Family

- **Jumlah Waktu**

Waktu yang digunakan oleh Admin *Instagram* Sakai Adventure Family dalam menggunakan akunnya dalam sehari mencapai 30 atau 1 jam perharinya. Dan akun ini memposting dalam satu bulan mencapai 3 atau 4 postingan.



Dari paparan cuplikan layar di akun media sosial *Instagram* informan suku Sakai mengenai penggunaan media sosial untuk memperkenalkan kebudayaannya, dapat dianalisis bahwa jumlah waktu yang paling aktif dari 7 hari terakhir terletak pada hari Minggu dan waktu paling aktif dari 30 hari terakhir terletak pada hari Selasa.

- **Isi Media**

Dari isi media ini kita bisa melihat postingan dan pesan yang ingin disampaikan melalui akun media sosial yang digunakan, apakah pesan atau informasi yang ingin disampaikan sudah lengkap, berikut penjelasan dari salah satu suku Sakai yang menggunakan akun media sosial *Instagram*, sebagai berikut:

Menurut Irfan tentang isi media yang berupa informasi yang akan disampaikan, adalah:

“Kalau untuk setiap postingan yang diunggah pasti ada informasinya tetapi belum memaparkan informasi yang lengkap cuma singkat dan sekedarnya saja”. (Wawancara pada 6 Maret 2021)

Dan berikut hasil observasi pada akun media sosialnya:

Gambar 4.8 Isi media di akun *Instagram* Sakai Adventure Family

**1. Isi Media berupa kegiatan yang berkaitan tentang alam kebudayaan suku Sakai di Desa Kesumbo Ampai**



<p>Isi pesannya, tentang pengunjung yang mengunjungi hutan adat untuk mengadakan camping</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan acara yang dihadiri oleh beberapa masyarakat suku Sakai di Dumai dan berfoto bersama kapolres dan camat Dumai</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan beberapa masyarakat suku Sakai ikut berpartisipasi di acara bazar yang diselenggarakan oleh dapur umum peduli dumai</p>
--	---	---



<p>Isi pesan, memperlihatkan pengunjung yang sedang menuju hutan adat suku Sakai</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan beberapa masyarakat suku Sakai mengikuti acara Dumai Adopsi pohon yang diadakan di hutan wisata Dumai</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan acara penanaman 1000 bibit pohon dan camping satu malam di rumah adat dan hutan adat suku Sakai</p>
--	---	---



Isi pesannya, memperlihatkan ada beberapa pengunjung yang mengunjungi hutan adat suku Sakai	Isi pesannya, memperlihatkan beberapa masyarakat yang mengikuti acara pembibitan pohon di hutan adat suku Sakai	Isi pesannya, memperlihatkan beberapa masyarakat suku Sakai yang mengikuti acara adopsi pohon di hutan wisata Dumai
---	---	---

**2. Isi Media berupa Rumah Adat Suku Sakai Kesumbo Ampai**



Isi pesannya, memperlihatkan Dosen STIA LK Dumai yang mengunjungi rumah adat suku Sakai	Isi pesannya, memperlihatkan isi dalam rumah adat suku Sakai dan mengadakan rapat diskusi tentang sejarah suku Sakai
---	--



Isi pesannya, memperlihatkan ada kunjungan Gubernur Riau bapak H. Syamsuar M.Si ke rumah adat suku Sakai	Isi pesannya, memperlihatkan bangunan rumah adat suku Sakai yang terletak di desa Kesumbo Ampai
--	---

Dari isi media yang ada di *Instagram* ini memposting tentang info kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kebudayaan suku Sakai pecinta alam, info-info tentang kebudayaan dan sosialisasi/pemberdayaan dan info tentang rumah adat suku Sakai Kesumbo Ampai.

Hasil dari wawancara dan observasi diatas dapat disimpulkan bahwa dari postingan yang mereka unggah informasi dan pesan yang disampaikan sudah ada, tetapi cuma masih memberikan informasi dasar-dasarnya saja termasuk pengetahuan singkat tentang kebudayaan suku Sakai.

- **Hubungan Media dengan Individu**

Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial. Melalui media sosial memungkinkan banyak pengguna yang berpartisipasi. Salah satu contohnya seperti berpartisipasi untuk memperkenalkan suatu kebudayaannya yang dahulu bahkan sampai sekarang masih ada yang belum mengetahui tentang suku tersebut dan ada yang menganggap suku ini masih suku yang keterbelakang.

Berikut hasil observasinya:

Gambar 4.9 Hubungan media dengan individu di akun *Instagram* Sakai Adventure Family





(Kedekatan Media dengan individu setelah di

observasi lumayan dekat karena setiap khayalak berkomentar admin Sakai Adventure Family selalu memberi respon).

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa yang dekat dengan postingan pertama tanggal 8 November itu didominasi oleh orang yang berada di sekitaran Kecamatan Bathin Solapan khususnya yang bersuku Sakai dan orang-orang pecinta alam. Hal ini dibuktikan dari total yang *like*

berjumlah 25 orang. Dari 25 orang yang *like*, 21 orangnya adalah orang yang berada di sekitar desa Kesumbo Ampai maupun Kecamatan Bathin Solapan. Dan Postingan yang kedua tanggal 7 November itu didominasi oleh orang yang berada di sekitaran Kecamatan Bathin Solapan khususnya yang bersuku Sakai dan orang pecinta alam. Hal ini dibuktikan dari total yang *like* berjumlah 14 orang. Dari 14 orang yang *like*, 12 orangnya adalah orang yang berada di sekitar desa Kesumbo Ampai maupun Kecamatan Bathin Solapan. Dan Postingan yang ketiga tanggal 7 November itu didominasi oleh orang yang berada di sekitaran Kecamatan Bathin Solapan khususnya yang bersuku Sakai dan orang pecinta alam. Hal ini dibuktikan dari total yang *like* berjumlah 17 orang. Dari 17 orang yang *like*, 16 orangnya adalah orang yang berada di sekitar desa Kesumbo Ampai maupun Kecamatan Bathin Solapan.

### 3. Facebook

#### 1. Akun Facebook Admin Rasyid (Geliat Wisata Budaya Sakai)

- **Jumlah Waktu**

Waktu yang digunakan oleh Admin Facebook Geliat Wisata Suku Sakai dalam menggunakan akunnya dalam sehari mencapai 1 sampai 2 jam perharinya. Dan akun ini memposting dalam satu bulan mencapai 3 atau 4 postingan.

• **Isi Media**

Dari isi media ini kita bisa melihat postingan dan pesan yang ingin disampaikan melalui akun media sosial yang digunakan, apakah pesan atau informasi yang ingin disampaikan sudah lengkap. berikut penjelasan dari salah satu suku Sakai yang menggunakan akun media sosial *Facebook*, sebagai berikut:

Menurut Abdullah Rasyid tentang isi media yang berupa informasi yang akan disampaikan, adalah:

*“Kalau untuk informasi pada setiap postingan kalau dibilang ada informasi yang tertera itu ada, Cuma juga tidak lengkap-lengkap kali, dasarnya saja yang di informasikan”.* (Wawancara pada 14 Maret 2021).

Berikut hasil observasi pada akun media sosialnya:

Gambar 4.10 Isi media di akun *Facebook* Geliat Wisata Budaya Sakai

**1. Isi Media berupa Rumah Adat dan Hutan Adat Suku Sakai**

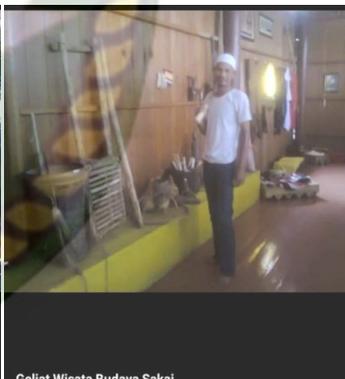


<p>Isi pesannya, memperlihatkan potret bangunan rumah adat suku Sakau tempo dulu</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan rumah adat suku Sakai dan lokasinya serta mengajak pengunjung untuk mengunjunginya.</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan rumah adat suku Sakai dan beberapa kegiatan yang pernah dilakukan di rumah adat suku Sakai</p>
--	---	--

Geliat wisata budaya sakai berupaya tetap melestarikan dan mengembangkan budaya sebagai agenda wisata di negeri ini, agar kedepan budaya lokal menjadi target para peminat wisata, untuk dapat mewujudkan ini kita perlu sebuah konsep maupun kemampuan para penggiat wisata di negeri ini untuk bekerja keras berusaha membuat perubahan.



<p>Isi pesannya, menjelaskan tujuan akun ini berupaya tetap melestarikan dan mengembangkan budaya sebagai agenda wisata di negeri ini</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan bangunan rumah adat suku Sakai yang terletak di desa Kesumbo Ampai</p>	<p>Isi pesannya, lingkungan hutan adat Sakai di desa Kesumbo Ampai Kecamatan Bathin Solapan Kabupaten Bengkalis</p>
---	--	---



<p>Isi pesannya, memperlihatkan ada acara hunting wisata adat Sakai dan penampilan tradisi suku Sakai</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan Imbo adat atau hutan adat yang masih alami dan sampai sekarang masih dijaga dan dilestarikan. Hutan adat ini menjadi arena kawasan wisata alam di Kesumbo Ampai</p>	<p>Isi pesannya, memperlihatkan pengunjung yang antusias melihat galeri rumah adat, seperti potret tokoh bathin Sakai, potret berbagai cara hidup orang Sakai maupun berbagai peralatan tradisi masyarakat Sakai di pajangkan dan tersimpan di dalam galeri rumah adat Sakai</p>
---	---	--

Lokasi Wisata Rumah Adat Sakai Gajah Monogun



Ingin tau lebih Mengenal budaya sakai mari berkunjung ke Desa Kesumbo Ampai Kecamatan Bathin Solapan tepatnya di Wisata Budaya rumah adat sakai dengan berbagai peralatan tradisional maupun potret orang sakai masa lalu di dalam galeri rumah adat sakai dan wisata alam imbo adat sakai yang menyimpan beragam jenis tumbuhan, obat-obatan dan pohon kayu alami.



Isi pesannya, memperlihatkan bangunan rumah adat suku Sakai dari dalam dan dari luar

Isi pesannya, memperlihatkan bangunan rumah adat suku Sakai dan mengajak pengunjung untuk mengunjunginya, serta memberitahu kepada pengunjung bahwa dirumah adat menyimpan peralatan tradisional maupun potret orang Sakai masa lalu dan di hutan adat suku Sakai terdapat beragam jenis tumbuhan, obat-obatan dan pohon kayu alami



Isi pesannya, memperkenalkan alas sebagai pedoman dalam menunjukkan keberadaan tempat yang menjadi bukti dimana adat istiadat itu ada sebagai bukti nyata bahwa budaya itu sebagai warisan yang harus dikembangkan. Buktinya bahwa rumah adat dan hutan adat di desa Kesumbo Ampai sampai saat ini masih dilestarikan dan dijaga.

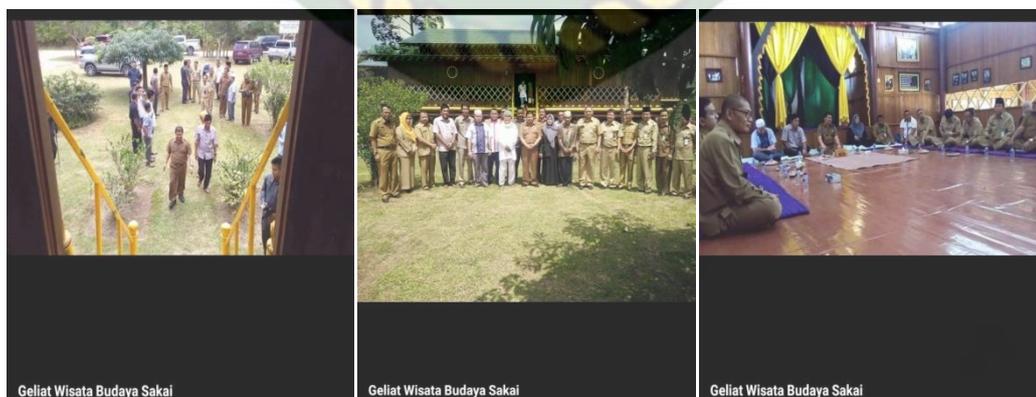
## 2. Isi Media berupa kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kebudayaan



Isi pesannya, menjelaskan tentang mengadakan rapat pemetaan wilayah adat yang diadakan di rumah adat suku Sakai Kesumbo Ampai



Isi pesannya, mengadakan acara pemberian gelar adat kepada salah seorang putra terbaik di tanah Sakai Bathin Lapan dan Lima. Bapak Bupati Bengkalis Amril Mukminin dengan gelar Datuk Monto Alam sekaligus penurunan gelar Bathin baru bathin Sobanga yang ke 14 di kompleks rumah adat suku Sakai di desa Kesumbo Ampai Kecamatan Bathin Solapan



Isi pesannya, memperlihatkan kunjungan kerja bupati Bengkalis bapak Amril Mukminin ke lokasi tempat wisata budaya kompleks rumah adat suku Sakai untuk menemui tokoh adat suku Sakai.

Dari isi media yang ada di *Facebook* ini memposting tentang info kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kebudayaan suku Sakai, info tentang kebudayaan dan sosialisasi/pemberdayaan serta Hutan Adat dan Rumah Adat suku Sakai di desa Kesumbo Ampai.

Hasil dari wawancara dan observasi diatas dapat disimpulkan bahwa dari postingan yang mereka unggah informasi dan pesan yang dipaparkan masih belum lengkap dan cuma masih memberikan informasi dasar-dasarnya saja termasuk pengetahuan singkat dan kegiatan kegiatan yang berkaitan dengan kebudayaan suku Sakai.

- **Hubungan Media dengan Individu**

Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial. Melalui media sosial memungkinkan banyak pengguna yang berpartisipasi. Salah satu contohnya seperti berpartisipasi untuk memperkenalkan suatu kebudayaannya yang dahulu bahkan sampai sekarang masih ada yang belum mengetahui tentang suku tersebut dan ada yang menganggap suku ini masih suku yang keterbelakang.

Berikut hasil observasinya:

Gambar 4.11 Hubungan media dengan individu akun *Facebook* Geliat Wisata Budaya Sakai



(Kedekatan Media dengan individu setelah di observasi tidak begitu dekat karena setiap khayalak berkomentar admin Geliat Wisata Suku Sakai tidak memberi respon terhadap khalayak yang memberi komentar).

Dari hasil penelitian menyatakan bahwa yang dekat dengan postingan pertama tanggal 1 Januari itu didominasi oleh orang yang berada di sekitaran Kecamatan Bathin

Solapan khususnya yang bersuku Sakai di Desa Kesumbo Ampai. Hal ini dibuktikan dari total yang *like* berjumlah 26 orang. Dari 26 orang yang *like*, 18 orangnya adalah orang yang berada di sekitar desa Kesumbo Ampai maupun Kecamatan Bathin Solapan. Dan Postingan yang kedua tanggal 31 Oktober itu didominasi oleh orang yang berada di sekitaran Kecamatan Bathin Solapan khususnya yang bersuku Sakai desa Kesumbo Ampai. Hal ini dibuktikan dari total yang *like* berjumlah 10 orang. Dari 10 orang yang *like*, 8 orangnya adalah orang yang berada di sekitar desa Kesumbo Ampai maupun Kecamatan Bathin Solapan. Dan Postingan yang ketiga tanggal 4 Mei itu didominasi oleh orang yang berada di sekitaran Kecamatan Bathin Solapan khususnya yang bersuku Sakai desa Kesumbo Ampai. Hal ini dibuktikan dari total yang *like* berjumlah 8 orang. Dari 8 orang yang *like*, 8 orangnya adalah orang yang berada di sekitar desa Kesumbo Ampai maupun Kecamatan Bathin Solapan.

## B. Mengukur Keberhasilan Penggunaan Media Sosial bagi Masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam Memperkenalkan Kebudayaannya

Dalam penggunaan media sosial seperti *Youtube*, *Instagram* dan *Facebook*, sangat perlu untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan dalam penggunaan untuk memanfaatkan sosial media tersebut. Oleh sebab itu, Taral Patel seorang eksekutif PR India dan seorang pemasar digital bersertifikat mengemukakan sebuah konsep tentang bagaimana cara mengukur efektifitas keberhasilan penggunaan dalam memanfaatkan media sosial, yaitu:

### 1. Jangkauan (*Reach*)

Jangkauan dapat menjadi alat ukur bagi seseorang mengenai konten yang dibuat dan sejauh mana konten itu menyebar. Berikut daftar jangkauan dari akun media sosial yang digunakan beberapa masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam memperkenalkan kebudayaannya.

**Tabel 4.2**  
**Lokasi Jangkauan Akun Media Sosial**

No	Platform	Nama Akun	Jangkauan
1.	<i>Youtube</i>	1. Wisata Budaya Suku Sakai	Negara: -Indonesia (32.6%) -Malaysia (16.9%)
2.	<i>Instagram</i>	1. Wisata_Budaya_Suku_Sakai	Negara: -Indonesia (97.5%) -Malaysia (1.2%) -ArabSaudi1.2%)  Kota: -Duri (66.7%) -Dumai (13.7%)

		2. Sakai_Adventure_Family	-Pekanbaru (4.9%) -Bengkalis (3.7%) -Minas (1.2%)  Negara: -Indonesia (99.2%) -Malaysia (0.8%)  Kota: -Duri (24.0%) -Dumai (17.8%) -Pekanbaru (17.1%) -Bengkalis (4.7%) -Kota Payakumbuh (3.9%)
3.	Facebook	1. Geliat Wisata Budaya Sakai	Negara: -Indonesia

Dari data di atas dijelaskan bahwa pada akun media sosial *Youtube* negara yang berhasil dijangkau oleh akun *Youtube* hanya di dua negara saja yaitu Indonesia dan Malaysia, dengan rata-rata jumlah persennya tidak mencapai 40% apalagi di negara lain seperti negara Malaysia hanya mencapai belasan persen. Sedangkan pada akun *Instagram* jangkauannya ada beberapa negara seperti negara Indonesia, Malaysia dan Arab Saudi tetapi dalam jumlah persennya hanya Indonesia yang paling banyak dibandingkan dua negara lainnya. Sedangkan Kota yang dijangkau oleh akun *Instagram* ini mencapai di beberapa Kota, namun yang paling banyak dijangkau oleh kedua akun ini yaitu Kota Duri. Selanjutnya mengenai jangkauan akun *Facebook* yaitu hanya menjangkau di negara Indonesia saja.

## 2. Keterlibatan (*Engagement*)

Keterlibatan atau interaksi yang terjadi antar pengguna dengan pengunjung menjadi indikator untuk melihat sejauh mana ketertarikan

khalayak pada setiap unggahan. Jawaban dari beberapa informan suku Sakai terhadap keterlibatan akun media sosial yang digunakannya, sebagai berikut:

**1. Youtube (Membagikan Video, *Subscribe*, Jumlah *Like* dan *Komentar*).**

Jawaban dari Herman Rahmadani selaku *penggunaan* akun media sosial *Youtube*, adalah:

*“Alhamdulillah dibidang banyak tidak terlalu banyak, dibidang sedikit iya kemungkinan masih sedikit. Ada yang melalui media facebook membagikannya dan dikirimkan ke kawan-kawan yang terdekat yang mengetahui suku Sakai dan yang tidak mengetahui suku Sakai ada yang melalui status whatsapp dan group whatsapp khususnya suku Sakai dan group-group lainnya. Yang membagikannya yaitu para pemuda suku Sakai yang sangat antusias untuk memperkenalkan wisata budaya suku Sakai yang mana pada saat ini masih ada yang belum tahu dan teman teman lainnya yang berteman dengan suku Sakai juga ada yang ikut membantu men-share, memberi support dan arahan”.*

*“Subscribenya kalau dinyatakan banyak tidak karena subscribenya masih sedikit, masih sekitar 119 subscribe. Kalau jumlah like yang paling banyak sekitar 56 like dan komentar yang paling banyak sebanyak 18 komentar”.*

Berikut hasil observasinya:

Gambar 4.12 Mengenai *like*, *subscribe*, komentar di akun *Youtube* Wisata Budaya Suku Sakai



Penjelasan dari hasil gambar diatas adalah gambar pertama postingannya memperoleh 34 *like* dan 3 komentar. Sedangkan gambar kedua postingannya memperoleh 12 *like* dan 6 komentar dan jumlah *subscribe* berjumlah 119 *subscribe*.

Hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa yang membagikan konten yang ada di akun *Youtube* mereka belum terlalu banyak serta jumlah *subscribe*, *like* dan komentarnya juga masih sedikit dan belum dikatakan banyak.

## 2. Instagram (Jumlah Pengikut, *Like*, dan Komentar)

Jawaban dari Yopa Andri selaku penggunaan akun media sosial *Instagram*, adalah:

“Pengikut di akun media sosial yang saya gunakan sekarang tidak terlalu banyak 169 pengikut, kalau untuk *like* yang paling banyak sekitar 25 *like* dan untuk komentar masih 2 komentar terbilang masih sangat sedikit”.

Berikut hasil observasinya:

Gambar 4.13 Mengenai *like* dan komentar di akun *Instagram* Wisata Budaya

Suku Sakai



Penjelasan dari hasil gambar diatas adalah gambar pertama postingannya memperoleh 23 *like* dan 2 komentar. Sedangkan gambar kedua postingannya memperoleh 17 *like* dan 2 komentar dan jumlah pengikutnyaberjumlah 169 pengikut.

Sedangkan jawaban dari Irfan, adalah :

*“Kalau pengikutnya sekitar 144 pengikut, belum terlalu banyak. Kalau untuk like yang paling banyak dari semua postingan yang saya unggah sekitar 24 sampai 30 like sedangkan untuk komentarnya paling banyak hanya 3 komentar disalah satu unggahan yang diposting”.*

Berikut hasil observasinya:

Gambar 4.14 Mengenai *like* dan komentar di akun *Instagram* Sakai Adventure Family



Penjelasan dari hasil gambar diatas adalah gambar pertama postingannya memperoleh 12 *like* dan 2 komentar. Sedangkan gambar kedua postingannya memperoleh 11 *like* dan 3 komentar dan jumlah pengikutnyaberjumlah 144 pengikut.

Hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa yang mengikuti atau pengikut dari akun media sosial *Instagram* mereka belum terlalu banyak serta jumlah *like* dan komentar juga masih sangat sedikit, bahkan disalah satu akun mereka paling banyak komentarnya hanya 3 komentar

**3. Facebook(Membagikan Video, banyaknya Pengikut, jumlah *Like* dan Komentar paling banyak dan jumlah membagikan konten yang paling banyak).**

Jawaban dari Abdullah Rasyid selaku penggunaan akun media sosial *Facebook*, adalah:

“Kalau dibilang banyak belum terlalu banyak masih dibilang sedikit. Jumlah pengikutnya sekitar 1.109 dan total jumlah yang menyukai 1.072. Jumlah like paling banyak sebanyak 79 like dan jumlah komentar paling banyak adalah 2 komentar dan jumlah membagikan konten paling banyak sebanyak 87 bagikan.

Berikut hasil observasinya:

Gambar 4.15 Mengenai *like*, komentar dan jumlah membagikan video di akun Facebook Geliat Wisata Budaya Sakai



Penjelasan dari hasil gambar diatas adalah gambar pertama postingannya memperoleh 44 *like* dan 0 komentar. Sedangkan gambar kedua postingannya memperoleh 78 *like* dan 2 komentar serta 6 kali bagikan postingan. Jumlah pengikutnyaberjumlah 1.109 pengikut.

Hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa akun media sosial yang digunakan informan tersebut yang membagikan videonya masih belum bisa dikatakan banyak tetapi untuk pengikutnya lumayan banyak ada yang mencapai ribuan pengikut. Jumlah *like* masih terbilang sedikit tetapi ada satu unggahan yang sudah mencapai 79 like sedangkan

untuk komentar pada akun tersebut masih sangat sedikit sekali masih mencapai 2 komentar dan jumlah membagikan konten sudah lumayan naik disalah satu unggahan dari pada jumlah pada unggahan lainnya.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Media sosial merupakan tempat para penggunanya dapat dengan mudah bersosialisasi dengan orang-orang yang terhubung didalamnya seperti kehidupan nyata. Fungsi media sosial pada awalnya untuk mencari teman dan banyak juga menggunakannya sebagai media hiburan. Namun seiring perkembangan zaman, media sosial banyak dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan yang lainnya seperti dimanfaatkan untuk kepentingan suatu suku dalam memperkenalkan kebudayaannya.

Menurut Nasrullah (2017:11), media sosial merupakan media yang mewadahi kolaborasi antara pengguna yang menghasilkan sebuah konten (*user-generated content*). Pengguna media sosial berhak menciptakan sebuah konten untuk dapat diketahui dan dinikmati oleh pengguna lainnya.

#### **1. Penggunaan Media Sosial bagi Masyarakat Suku Sakai dalam Memperkenalkan Kebudayaannya**

Media sosial merupakan media yang bermanfaat untuk kepentingan-kepentingan baik kepentingan individu maupun kepentingan kelompok. Sifat dari media sosial yang mudah digunakan sangat diperlukan dalam hal pengetahuan, teknologi

baru, tempat pengembangan kreativitas. Sehingga dalam kepentingan yang lain, media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menyebarkan informasi secara efisien dalam waktu yang sangat singkat oleh karena itu memudahkan upaya dalam menyebarkan suatu informasi. Penggunaan media sosial yang dilakukan dengan benar secara berkala dapat menjangkau lebih luas dan menyebar.

Sifat dari media sosial yang mendunia dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu membuat pengguna yang menggunakan media sosial sebagai media untuk menyebarkan informasi lebih mudah. Terutama untuk beberapa masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai yang memperkenalkan kebudayaannya melalui media sosial, menggunakan media sosial jauh lebih mudah dan efisien dibandingkan media lainnya. Beberapa masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai menggunakan beberapa media sosial untuk memperkenalkan kebudayaannya. Dengan mengunggah foto dan video yang berisikan kebudayaannya sendiri, seperti rumah adatnya, hutan adat, makanan khas, kegiatan-kegiatan yang berupa kebudayaannya, baju adat dan lainnya yang berkaitan dengan kebudayaannya.

## 1. *Youtube*

### a. Jumlah Waktu

Dalam penggunaan media sosial, indikator dalam penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari jumlah waktu pengguna dari 1 hari perjamnya. Dengan memanfaatkan jumlah waktu dari *Youtube* ini kita bisa melihat seberapa lama waktu aktif pengguna dalam menggunakan akun *Youtube* yang digunakannya. Dapat disimpulkan bahwa jumlah waktu aktif pengguna akun *Youtube* Wisata Budaya Suku Sakai rata-rata mencapai Waktu 1 atau 2 jam perharinya. Dan akun ini memposting dalam satu bulan mencapai 1 atau 2 postingan.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, bahwa jumlah waktu aktif pengguna dalam menggunakan *Youtube* masih belum terlalu maksimal, karena waktu aktif pengguna masih mencapai 1 atau 2 jam per harinya.

### b. Isi Media

Dari isi media ini kita bisa melihat postingan dan pesan yang ingin disampaikan melalui akun media sosial yang digunakan, apakah pesan atau informasi yang ingin disampaikan sudah lengkap. Dengan isi media yang lengkap akan memberi informasi yang baik kepada khalayak. Khalayak akan mengetahui apa maksud dari postingan yang kita unggah, itu

akan memberi daya tarik tersendiri dari postingan yang kita unggah di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, akun Wisata Budaya Suku Sakai dalam memberi informasi belum terlalu lengkap karena masih memperkenalkan secara dasar-dasarnya saja. Tetapi kalau untuk tampilan sudah lumayan bagus. Dalam akun *Youtube* ini dalam mengunggah konten masih belum maksimal karena masih ada yang belum memenuhi syarat agar isi media banyak dikunjungi oleh khalayak. Dikutip dari [niagahoster.co.id](http://niagahoster.co.id) syarat agar konten *Youtube* banyak dikunjungi oleh khayalak adalah harus membuat konten yang menarik, menggunakan formula MVC pada *tag* video, menggunakan riset kata kunci agar mempermudah pencarian, membuat deskripsi video dengan tepat karena penjelasan tentang video akan membantu penonton memastikan video sesuai keinginan.

#### c. Hubungan Media dengan Individu

Hubungan media dengan pengguna ini dapat diartikan bahwa seberapa dekat media dengan pengguna dan pengguna dengan media.

Berdasarkan dari hasil observasi peneliti, bahwa kedekatan antara media dengan pengguna lebih didominasi oleh orang-orang didesa Kesumbo Ampai dan desa lainnya yang

berada di satu Kecamatan yaitu Kecamatan Bathin Solapan. Seharusnya pengguna akun tersebut lebih memperhatikan hubungan media dengan pengguna, agar bisa melihat sudah sejauh mana perkembangan dari akun tersebut. Kalau perkembangan media hanya berada di sekitaran desa-desa yang berada di Kecamatan Bathin Solapan, kemungkinan besar hanya orang-orang disana yang mengetahui akun Wisata Budaya Suku Sakai. Untuk itu pengguna akun ini harus lebih memperhatikan bagaimana akun ini berkembang.

Mengingat isi media yang belum lengkap dengan informasi tentang budaya yang dibutuhkan oleh masyarakat luar dan belum memenuhi syarat agar isi media banyak dikunjungi, maka otomatis hubungan media dengan individu-individu menjadi terbatas dan ruang lingkupnya menjadi kecil.

## **2. Instagram**

### **a. Akun Instagram Wisata Budaya Suku Sakai**

#### **1. Jumlah Waktu**

Dalam penggunaan media sosial, indikator dalam penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari jumlah waktu berkaitan dengan durasi yang digunakan dalam mengakses situs. Dalam akun instagram ini jumlah waktu

bisa dilihat dari durasi waktu aktif dalam menggunakan akun tersebut.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, jumlah waktu aktif dalam mengakses situs tidak terlalu melemah, karena waktu paling aktif rata-rata dalam sehari mencapai 2 atau 3 jam perharinya. Dan akun ini memposting dalam satu bulan mencapai 4 atau 5 postingan.

Serta dalam akun *Instagram* ini waktu dalam mengunggah postingan belum konsisten, belum konsisten dalam artian tidak memperhatikan waktu yang pas dalam mengunggah postingan. Karena dikutip dari kumparan.com waktu yang terbaik untuk posting di *Instagram* ialah pada saat makan siang, yakni dari pukul 11 hingga 13 siang serta usai jam kerja, yakni pukul 19 hingga 21 malam.

## 2. Isi Media

Dari isi media ini kita bisa melihat postingan dan pesan yang ingin disampaikan melalui akun media sosial yang digunakan, apakah pesan atau informasi yang ingin disampaikan sudah lengkap. Dengan isi media yang lengkap akan memberi informasi yang baik kepada khalayak. Khalayak akan mengetahui apa maksud dari postingan yang kita unggah, itu akan memberi daya tarik tersendiri dari postingan yang kita unggah di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, akun *Instagram* Wisata Budaya Suku Sakai dalam memberi informasi masih belum maksimal. Karena masih ada beberapa unggahan yang belum memberikan informasi yang lengkap dan sesuai dengan unggahan yang diposting. Seharusnya setiap unggahan yang diposting harus memberikan informasi yang jelas. Akun Wisata Budaya Suku Sakai dalam mengelola *Instagram* untuk mengunggah postingan masih belum maksimal karena masih ada belum memenuhi syarat-syarat promosi yang baik dalam *Instagram*. Dikutip dari jurnal.id syarat promosi yang baik dalam *Instagram* adalah harus memberikan informasi yang jelas, menerapkan *feeds* yang menarik, tambahkan *hashtag*.

### **3. Hubungan Media dengan Individu**

Hubungan media dengan pengguna ini dapat diartikan bahwa seberapa dekat media dengan pengguna dan pengguna dengan media.

Berdasarkan dari hasil observasi peneliti, bahwa kedekatan antara media dengan pengguna lebih didominasi oleh orang-orang didesa Kesumbo Ampai dan desa lainnya yang berada di satu Kecamatan yaitu Kecamatan Bathin Solapan. Seharusnya pengguna akun tersebut lebih memperhatikan hubungan media dengan pengguna, agar

bisa melihat sudah sejauh mana perkembangan dari akun tersebut. Kalau perkembangan media hanya berada di sekitaran desa-desa yang berada di Kecamatan Bathin Solapan, kemungkinan besar hanya orang-orang disana yang mengetahui akun Wisata Budaya Suku Sakai. Untuk itu pengguna akun ini harus lebih memperhatikan bagaimana akun ini berkembang. Dan pengguna akun juga harus melihat *insight* yang ada di akun *Instagram* dengan mempelajari data-datanya. Dari *insight* bisa melihat sejauh mana akun ini terjangkau.

Mengingat isi media yang belum lengkap informasinya dan belum memenuhi syarat agar isi media banyak dikunjungi oleh masyarakat luas, maka otomatis hubungan media dengan individu-individu menjadi terbatas dan ruang lingkungannya masih sangat kecil.

## **b. Akun *Instagram* Sakai Adventure Family**

### **1. Jumlah Waktu**

Dalam penggunaan media sosial, indikator dalam penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari jumlah waktu berkaitan dengan durasi yang digunakan dalam mengakses situs. Dalam akun *instagram* ini jumlah waktu

bisa dilihat dari waktu aktif dalam menggunakan akun tersebut.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, jumlah waktu aktif dalam mengakses situs masih melemah, karena waktu yang digunakan oleh Admin *Instagram* Sakai Adventure Family dalam menggunakan akunnya dalam sehari masih mencapai 30 menit atau 1 jam perharinya. Dan akun ini memposting dalam satu bulan mencapai 3 atau 4 postingan.

Dan jumlah waktu dalam mengunggah postingan belum konsisten dalam artian tidak memperhatikan waktu yang pas dalam mengunggah postingan. Karena dikutip dari kumparan.com waktu yang terbaik untuk posting di *Instagram* ialah pada saat makan siang, yakni dari pukul 11 hingga 13 siang serta usai jam kerja, yakni pukul 19 hingga 21 malam.

## **2. Isi Media**

Dari isi media ini kita bisa melihat postingan dan pesan yang ingin disampaikan melalui akun media sosial yang digunakan, apakah pesan atau informasi yang ingin disampaikan sudah lengkap. Dengan isi media yang lengkap akan memberi informasi yang baik kepada khalayak. Khalayak akan mengetahui apa maksud dari postingan yang

kita unggah, itu akan memberi daya tarik tersendiri dari postingan yang kita unggah di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, akun *Instagram* Sakai Adventure Family dalam memberi informasi masih belum maksimal. Karena masih ada beberapa unggahan yang belum memberikan informasi yang lengkap dan sesuai dengan unggahan yang diposting. Seharusnya setiap unggahan yang diposting harus memberikan informasi yang jelas. Tidak hanya itu bahkan ada di beberapa unggahan belum memberikan informasi, unggahan tersebut cuma memposting gambar tanpa informasi dan pesan.

Akun Sakai Adventure Family dalam mengelola *Instagram* untuk mengunggah postingan masih belum maksimal karena masih ada belum memenuhi syarat-syarat promosi yang baik dalam *Instagram*. Dikutip dari jurnal.id syarat promosi yang baik dalam *Instagram* adalah harus memberikan informasi yang jelas, menerapkan *feeds* yang menarik, dan harus menambahkan *hashtag*. Dalam beberapa syarat tersebut akun ini telah memenuhi syaratnya seperti sudah memberikan *hashtag*, namun hastagnya masih mencakup wilayah terdekat seperti akun diwilayah desa Kesumbo Ampai.

### 3. Hubungan Media dengan Individu

Hubungan media dengan pengguna ini dapat diartikan bahwa seberapa dekat media dengan pengguna dan pengguna dengan media.

Berdasarkan dari hasil observasi peneliti, bahwa kedekatan antara media dengan pengguna lebih didominasi oleh orang-orang didesa Kesumbo Ampai dan desa lainnya yang berada di satu Kecamatan yaitu Kecamatan Bathin Solapan serta beberapa orang yang termasuk pecinta alam. Seharusnya pengguna akun tersebut lebih memperhatikan hubungan media dengan pengguna, agar bisa melihat sudah sejauh mana perkembangan dari akun tersebut. Kalau perkembangan media hanya berada di sekitaran desa-desa yang berada di Kecamatan Bathin Solapan, kemungkinan besar hanya orang-orang disana yang mengetahui akun Wisata Budaya Suku Sakai. Untuk itu pengguna akun ini harus lebih memperhatikan bagaimana akun ini berkembang. Dan pengguna akun juga harus melihat *insight* yang ada di akun *Intagram* dengan mempelajari data-datanya. Dari *insight* bisa melihat sejauh mana akun ini terjangkau.

Mengingat isi media yang belum lengkap informasinya dan belum memenuhi syarat agar isi media banyak dikunjungi oleh masyarakat luas, maka otomatis

hubungan media dengan individu-individu menjadi terbatas dan ruang lingkungnya masih sangat kecil.

### 3. *Facebook*

#### a. Jumlah Waktu

Dalam penggunaan media sosial, indikator dalam penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari jumlah waktu. Dalam akun *Facebook* ini jumlah waktu dapat dilihat dari jumlah aktif pengguna akun. Waktu yang digunakan oleh Admin *Facebook* Geliat Wisata Suku Sakai dalam menggunakan akunnya dalam sehari mencapai 1 sampai 2 jam perharinya. Dan akun ini memposting dalam satu bulan mencapai 3 atau 4 postingan.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, konten yang diunggah oleh pengguna akun *Facebook* tayangan yang dihasilkan rata-rata masih sedikit. Karena rentang waktunya jarak beberapa bulan hanya menghasilkan 200 kebawah tayangan. Seharusnya dalam kurun waktu yang sudah lama akan menghasilkan tayangan yang banyak. Tetapi di akun *Facebook* ini masih menghasilkan jumlah tayangan video yang sedikit. Akun Geliat Wisata Budaya Sakai dalam mengelola *Facebook* masih melemah. Karena dikutip dari [digital.ortizaku.com](http://digital.ortizaku.com) tentang penayangan video di *Facebook* terdapat 30.000 kali penayangan yang memiliki durasi masing-

masing minimal dengan waktu 1 menit dan video yang berdurasi 3 menit dalam kurun waktu 2 bulan maupun hitungan 60 hari. Fanpage/halaman yang dikelola mempunyai minimal pengikut berjumlah 10.000. sedangkan pengikut di akun *Facebook* ini masih mencapai 1000.

#### **b. Isi Media**

Dari isi media ini kita bisa melihat postingan dan pesan yang ingin disampaikan melalui akun media sosial yang digunakan, apakah pesan atau informasi yang ingin disampaikan sudah lengkap. Dengan isi media yang lengkap akan memberi informasi yang baik kepada khalayak. Khalayak akan mengetahui apa maksud dari postingan yang kita unggah, itu akan memberi daya tarik tersendiri dari postingan yang kita unggah di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, akun *Facebook* Geliat Wisata Budaya Sakai dalam memberi informasi masih belum maksimal. Karena masih ada beberapa unggahan yang belum memberikan informasi yang lengkap dan sesuai dengan unggahan yang diposting. Seharusnya setiap unggahan yang diposting harus memberikan informasi yang jelas. Tidak hanya itu bahkan ada di beberapa unggahan belum memberikan informasi, unggahan tersebut cuma memposting gambar tanpa informasi dan pesan. Dan unggahan yang di

posting juga belum memberikan tampilan yang menarik. Seharusnya mereka memberikan informasi yang jelas tampilan yang menarik supaya khalayak lebih banyak mengunjungi akun Geliat Wisata Budaya Sakai ini. Karena dikutip dari digital.ortizaku.com syarat meningkatkan pengunjung unggahan di *Facebook* adalah membuat konten yang bagus dan mendorong interaksi, mengutamakan kualitas konten (membuat konten semenarik mungkin), harus sering mengundang teman untuk menyukai unggahan, sering membagikan unggahan ke media sosial lainnya.

### **c. Hubungan Media dengan Individu**

Hubungan media dengan pengguna ini dapat diartikan bahwa seberapa dekat media dengan pengguna dan pengguna dengan media.

Berdasarkan dari hasil observasi peneliti, bahwa kedekatan antara media dengan pengguna lebih didominasi oleh orang-orang didesa Kesumbo Ampai dan desa lainnya yang berada di satu Kecamatan yaitu Kecamatan Bathin Solapan khususnya orang-orang yang bersuku Sakai. Seharusnya pengguna akun tersebut lebih memperhatikan hubungan media dengan pengguna, agar bisa melihat sudah sejauh mana perkembangan dari akun tersebut. Kalau perkembangan media hanya berada di sekitaran desa-desa yang berada di Kecamatan

Bathin Solapan, kemungkinan besar hanya orang-orang disana yang mengetahui akun Geliat Wisata Budaya Sakai. Untuk itu pengguna akun ini harus lebih memperhatikan sejauh mana akun ini berkembang.

Mengingat isi media yang belum lengkap informasinya dan tampilannya kurang menarik sertamasih banyak yang belum memenuhi syarat agar isi media banyak dikunjungi oleh masyarakat luar, maka otomatis hubungan media dengan individu-individu menjadi terbatas dan ruang lingkungnya masih sangat kecil.

## **2. Mengukur Keberhasilan Penggunaan Media Sosial bagi Masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai dalam Memperkenalkan Kebudayannya**

Dalam penggunaan media sosial seperti *Youtube, Instagram* dan *Facebook*, sangat perlu untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan dalam penggunaan untuk memanfaatkan sosial media tersebut. Oleh sebab itu, Taral Patel seorang eksekutif PR India dan seorang pemasar digital bersertifikat mengemukakan sebuah konsep tentang bagaimana cara mengukur efektifitas keberhasilan penggunaan dalam memanfaatkan media sosial, yaitu:

## 1. Jangkauan (*Reach*)

Jangkauan dapat menjadi alat ukur bagi seseorang mengenai konten yang dibuat dan sejauh mana konten itu menyebar. Jangkauan merupakan dimana pengguna akun dapat melihat kota dan negara mana aja yang pernah mengunjungi akun yang digunakan. Dengan memanfaatkan jangkauan lebih memudahkan untuk menentukan sejauh mana perkembangan yang dijangkau.

### 1. Akun *Youtube* Wisata Budaya Suku Sakai

Jangkauan yang dihasilkan oleh akun Wisata Budaya Suku Sakai masih mencapai dua negara, diantaranya negara Indonesia dan negara Malaysia.

Berdasarkan dari hasil observasi peneliti, akun *Youtube* ini belum memaksimalkan penggunaan jangkauannya. Karena masih mencapai dua negara yaitu Indonesia dan Malaysia. Dari masing-masing negara tersebut juga masih minim sekali jangkauannya seperti Indonesia mencapai 32.6% dan Malaysia mencapai 16.9%. Seharusnya pengguna lebih memperhatikan jangkauan yang dicapai oleh akun supaya lebih mengetahui dan dengan itu bisa lebih diperbaiki lagi penggunaannya supaya lebih berkembang. Mungkin dengan

jangkauan yang masih minim mengakibatkan jumlah *subscribe*, *like* dan komentar masih sangat sedikit.

## **2. Akun *Instagram***

### **a. Akun *Instagram* Wisata Budaya Suku Sakai**

Jangkauan yang dihasilkan oleh akun *Instagram* Wisata Budaya Suku Sakai masih mencapai tiga negara, diantaranya negara Indonesia, Malaysia dan Arab Saudi. Dan kota yang telah dijangkauanya ada lima kota, diantaranya Duri, Dumai, Pekanbaru, Bengkalis dan Minas.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, akun *Instagram* ini belum memaksimalkan penggunaan jangkauannya. Karena masih mencapai tiga negara yaitu Indonesia Malaysia dan Arab Saudi. Dari masing-masing negara tersebut hanya Indonesia yang jangkauannya lebih tinggi dari pada negara lainnya, ini karena penggunaan akun tersebut berada di wilayah Indonesia.. Indonesia mencapai 97%, Malaysia 1.2% dan Arab Saudi 1.2%. Sedangkan kota yang dijangkauanya adalah Duri 66.7%, Dumai 13.7%, Pekanbaru 4.9%, Bengkalis 3.7% dan Minas 1.2%. Dari beberapa kota tersebut kota Duri yang paling tinggi persentasinya dibandingkan dengan kota lainnya, ini karena kota Duri lebih dekat dengan tempat tinggal pengguna akun. Seharusnya pengguna lebih

memperhatikan jangkauan yang dicapai oleh akun supaya lebih mengetahui dan dengan itu bisa lebih diperbaiki lagi penggunaannya supaya lebih berkembang. Dengan melihat jangkauannya pengguna bisa mengetahui kota mana saja yang sedikit persentasinya, dan dengan itu lebih mudah untuk mengembangkan pengguna akun tersebut.

#### **b. Akun *Instagram* Adventure Sakai Family**

Jangkauan yang dihasilkan oleh akun *Instagram* Adventure Sakai Family masih mencapai dua negara, diantaranya negara Indonesia dan Malaysia. Dan kota yang telah dijangkaunya ada lima kota, diantaranya Duri, Dumai, Pekanbaru, Bengkalis dan Payakumbuh.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, akun *Instagram* ini belum memaksimalkan penggunaan jangkauannya. Karena masih mencapai dua negara yaitu Indonesia Malaysia dan Arab Saudi. Dari kedua negara tersebut hanya Indonesia yang jangkauannya lebih tinggi dari pada negara Malaysia, ini karena penggunaan akun tersebut berada di wilayah Indonesia.. Indonesia mencapai 99.2%, Malaysia 0.8%. Sedangkan kota yang dijangkaunya adalah Duri 24.0%, Dumai 17.8%, Pekanbaru 17.1%, Bengkalis 4.7% dan Payakumbuh 3.9%. Dari semua kota tersebut terlihat masih

minim sekali persentasi jangkauannya dan dari beberapa kota tersebut kota Duri yang paling tinggi persentasinya dibandingkan dengan kota lainnya, ini karena kota Duri lebih dekat dengan tempat tinggal pengguna akun. Seharusnya pengguna lebih memperhatikan jangkauan yang dicapai oleh akun supaya lebih mengetahui dan dengan itu bisa lebih diperbaiki lagi penggunaannya supaya lebih berkembang. Dengan melihat jangkauannya pengguna bisa mengetahui persentasi yang sudah dijangkau oleh akun.

### **3. Akun *Facebook* Geliat Wisata Budaya Sakai**

Jangkauan yang dihasilkan oleh akun *Facebook* Geliat Wisata Budaya Sakai masih mencapai hanya satu negara, yaitu negara Indonesia. Dan kota yang lebih banyak dijangkaunya yaitu kota Duri.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, akun *Facebook* ini belum memaksimalkan penggunaannya. Seharusnya pengguna akun ini lebih memperhatikan sudah sejauh mana jangkauan yang dijangkau. Supaya pengguna bisa lebih memaksimalkan penggunaannya, agar tujuan yang ditargetkan terpenuhi dan berhasil.

## 2. Keterlibatan (*Engagement*)

Keterlibatan atau interaksi yang terjadi antar pengguna dengan pengunjung menjadi indikator untuk melihat sejauh mana ketertarikan khalayak pada setiap unggahan.

### 1. Akun *Youtube* Wisata Budaya Suku Sakai

Berdasarkan hasil observasi keterlibatan seperti membagikan video, *subscribe*, *like* dan komentardi akun Wisata Budaya Suku Sakai ini masih sangat sedikit. Seharusnya mereka harus sering membagikan video kepada khalayak supaya khalayak mengetahui video dalam akun tersebut dan seharusnya mereka harus mempromosikan akun mereka supaya lebih banyak yang *subscribe*. Padahal video yang mereka unggah sudah lumayan menarik walaupun belum sepenuhnya. Dengan itu kesempatan mereka untuk membagikannya kepada orang banyak supaya lebih dikenal dan diketahui.

### 2. Akun *Instagram* (Wisata Budaya Suku Sakai dan Adventure Sakai Family).

Berdasarkan hasil observasi keterlibatan seperti pengikut, *like* dan komentardi akun *Instagram* Wisata Budaya Suku Sakai dan akun *Instagram* Adventure Family Sakai ini masih sangat sedikit. Seharusnya mereka harus sering mempromosikan akun yang mereka gunakan supaya pengikutnya lebih bertambah dan

dengan itu banyak khalayak yang mengunjungi akun tersebut dan mengetahui isi media yang di posting.

### 3. Akun *Facebook* Geliat Wisata Budaya Sakai

Berdasarkan hasil observasi keterlibatan seperti Membagikan Video, banyaknya Pengikut, jumlah *Like* dan Komentar paling banyak dan jumlah membagikan konten yang paling banyak di akun Geliat Wisata Budaya Sakai ini masih sangat minim sekali. Seharusnya mereka harus lebih kreatif lagi dalam membuat konten. Seperti lebih memperhatikan apakah konten tersebut sudah menarik perhatian khalayak. Padahal jumlah pengikut di akun *facebook* ini sudah lumayan banyak mencapai ribuan, dengan pengikut yang banyak itu kesempatan pengguna untuk lebih kreatif dalam membuat sebuah konten supaya khalayak lebih tertarik untuk melihatnya dan mengunjunginya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari kesimpulan peneliti mengenai Analisis Penggunaan Media Sosial Bagi Masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai Dalam Memperkenalkan Kebudayaannya, yang telah dijelaskan diatas bahwa penggunaan media sosial sebagai media untuk memperkenalkan suatu kebudayaan telah dilakukan namun belum sepenuhnya berhasil.

Masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai menggunakan media sosial untuk memperkenalkan kebudayaannya dengan cara memposting atau mengunggah hal-hal yang berkaitan dengan kebudayaannya khususnya di Desa Kesumbo Ampai. Fakta yang ada dilapangan masyarakat suku Sakai belum sepenuhnya berhasil dalam penggunaan media sosial yang mereka gunakan, karena masyarakat suku Sakai dalam menggunakan media sosial belum sepenuhnya memperhatikan syarat-syarat agar berhasil dalam menggunakan media sosial tersebut. Jangkauan dalam media sosial yang mereka gunakan masih menjangkau hanya beberapa kota saja dan itu belum menyeluruh. Keterlibatan serta ketertarikan para khalayak masih sedikit pada postingan yang mereka unggah, timbal baliknya masih kurang dari responden.

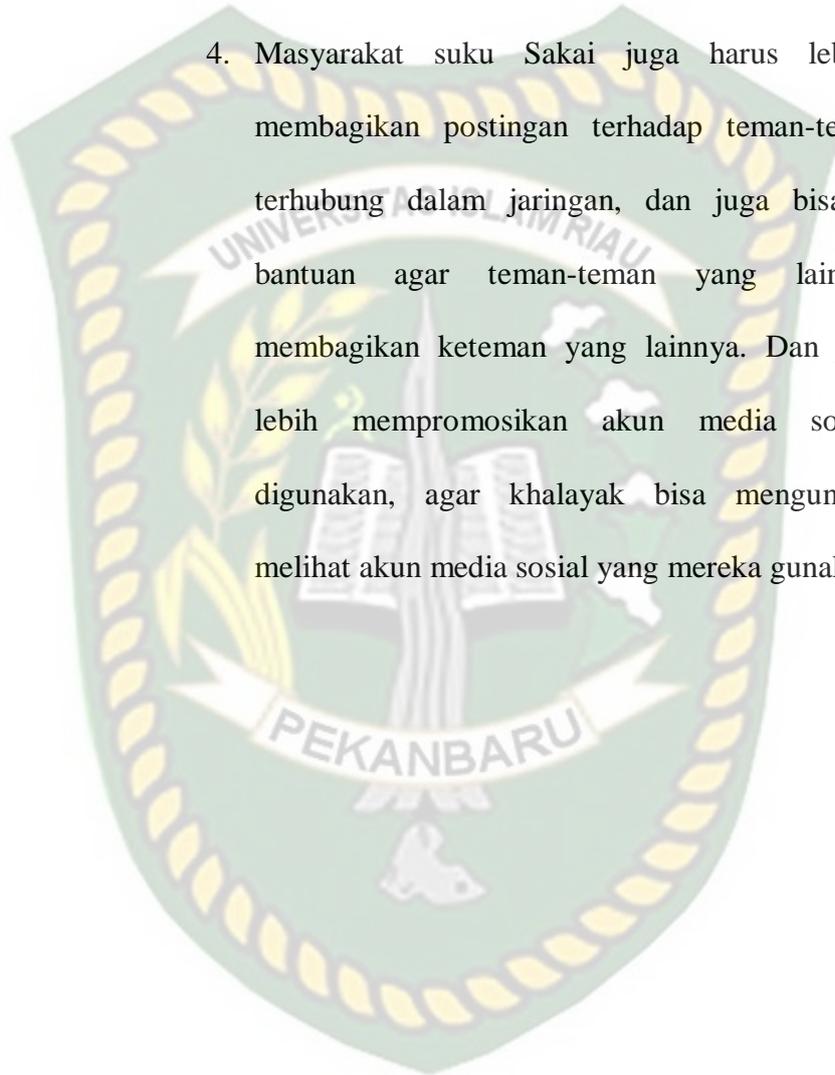
Keterlibatan seperti *like*, *comet* dan *share* serta *subscribe* dan *followers* dari akun media sosial mereka masih sedikit. Informasi atau pesan yang mereka paparkan dari setiap unggahan hanya memberikan informasi yang singkat dan sekedarnya saja. Dan mereka belum menggunakan strategi khusus dalam menggunakan media sosial yang mereka gunakan untuk memperkenalkan kebudayaannya.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil dokumentasi akun media sosial masyarakat suku Sakai Kesumbo Ampai yaitu (*Youtube*, *Instagram* dan *Facebook*), serta observasi dan wawancara terhadap suku Sakai Kesumbo Ampai. Maka peneliti merekomendasikan beberapa hal berikut:

1. Sebaiknya masyarakat suku Sakai lebih memperhatikan dalam penggunaan media sosial dalam memperkenalkan kebudayaan agar jangkauan yang di jangkau akun media sosial lebih luas seperti memenuhi hal-hal atau syarat agar akun tersebut menarik untuk dikunjungi khalayak.
2. Informasi yang disampaikan dalam setiap unggahan harus di jelaskan sesuai dengan unggahan yang diposting.

3. Hal-hal kecil di media sosial juga harus diperhatikan, seperti tampilan postingan yang diunggah harus dikemas sedemikian rupa agar lebih terlihat menarik.
4. Masyarakat suku Sakai juga harus lebih sering membagikan postingan terhadap teman-teman yang terhubung dalam jaringan, dan juga bisa meminta bantuan agar teman-teman yang lainnya bisa membagikan keteman yang lainnya. Dan juga harus lebih mempromosikan akun media sosial yang digunakan, agar khalayak bisa mengunjungi dan melihat akun media sosial yang mereka gunakan.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Erni, Sukma. 2014. *Wanita Dalam Tradisi Sosial Budaya Masyarakat Sakai*. Pekanbaru: Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Maran, Rafael Raga. 2007. *Manusia dan Kebudayaan Dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Moleong, J.L. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Muhammad Syukri Albani: Dulay, M. Nur Husein, dkk. 2015. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nasution, Muhammad Syukri Albani: Dulay, M. Nur Husein, dkk. 2015. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Setiadi, Elly M: Hakam, Kama A: Effendi, Ridwan. 2006. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Suparlan, Parsudi. 1995. *Orang Sakai di Riau Masyarakat Terasing Dalam Masyarakat Indonesia*. Yayasan Obor Indonesia: Jakarta.

## JURNAL

- Arinta, Gita. 2013. Fungsi Media Online Sebagai Literasi Budaya Bagi Generasi Muda. *The Messenger*. 5(1): 16-30.
- Asril: Jamarun, Novesar: Hamzah, dkk. 2020. Tari *Poang* dan Tari *Olang-olang* Pertunjukan Ritual Masyarakat Sakai di Kabupaten Bengkalis, Riau. *Seni Budaya*. 35(2): 254-163.
- Bakar, Abu: Ghofur, Abd. 2017. Problematika Pemberdayaan Komunitas Adat Terpencil (Kat) Suku Sakai Di Kecamatan Bathin Solapan Kabupaten Bengkalis. *Media Komunikasi Umat Beragama*. 9(1): 91-113.
- Damayanti, Rini. 2018. Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram. *Widyaloka Ikip Widya Darma*. 5(3): 261-278.
- Doni, Fahlepi Roma. 2017. Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *Indonesian Journal on Software Engineering*. 3(2): 15-22.
- Elyati, Henni: Saam, Zulfan: Siregar, Yusni Ikhwan. 2015. Kearifan Lokal Masyarakat Sakai Dalam Melestarikan Hutan Dan Sungai Di Kecamatan Mandau. *Ilmu Lingkungan*. 9(2): 183-192.
- Faiqah, Fatty: Nadjib, Muh: Amir, Andi Subhan. 2016. Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar vidgram. *Komunikasi Kareba*. 5(2): 259-272.
- Hajar, Ibnu. 2018. Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Di Kota Makassar. *Al-Khitabah*. 5(2): 79-9

- Herlina, Novi. 2017. Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. *Risalah*. 4(2):9.
- Isdarwanto, Totok: Zulfa. 2010. Suku Sakai Dalam Tiga Kekuasaan di Riau. *Ilmu Budaya*. 6(2): 1-64.
- Larita, Sisca: Halik, Abdul: Tajibu, Kamaluddin. 2020. Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan Dan Kepariwisata Sulawesi Selatan. *Washiyah*. 1(1): 54-68.
- Mulawarman: Nurfitri, Aldila Dyas. 2017. Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*. 25(1): 36-44.
- Ningsih, Dewi. 2017. Perubahan Sosial Budaya Suku Sakai Kampung Minas Barat Kecamatan Minas Kabupaten Siak. *Jom Fisip*. 4(2): 1-12.
- Oktaviani, Wanda Fazriah: Fatchiya, Anna. 2019. Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Komunikasi Pembangunan*. 17(1): 13-27.
- Rosaliza, Mita. 2015. Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif. *Ilmu Budaya*. 11(2): 71-79.
- Sasmito, Mayasari. 2015. Pemanfaatan Media Sosial Facebook Untuk Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. 1(2): 184-198.
- Ziveria, Mira. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Efektif Pendukung Kegiatan Perkuliahan di Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis Kalbe. *Sains dan Teknologi*. 4(2): 169-178.

David, Eribka Ruthellia: Sondakh, Mariam: Harilama, Stefi. 2017. Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*.6(1): 1-18.

### **SKRIPSI**

Amini, Yosiatna. 2020. Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Promosi Kumunitas ELF (Everlasting Friend) Di Kota Pekanbaru. Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.

Ardiyanto, Arif. 2018. Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Desa Kemasan Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali. *Ekonomi Dan Bisnis*. Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Surakarta.

Fikri, Al. 2019. Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Eksistensi Komunitas Pekanbaru Skateboard. Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.

Rahmani, Thea. 2016. Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotografi Ponsel. Ilmu Sosial Dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.

Azizah, Husnun. 2020. Konten Kreatif *Youtube* Sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Ekonomi Syariah*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Metro.

## **INTERNET**

<http://www.digital.ortizaku.com/2019/04/29/tips-meningkatkan-view-video-fanpage-facebook-untuk-penghasilan-optimal/>

<https://kumparan.com/karjaid/catat-ini-waktu-paling-pas-untuk-posting-di-media-sosial-1sm4k4bhq3w>

<https://www.niagahoster.co.id/blog/cara-menambah-viewer-youtube/>

<https://selular.id/2020/11/5-tips-agar-video-youtube-lebih-banyak-ditonton/>

<https://www.jurnal.id/id/blog/tips-memulai-promosi-bisnis-di-instagram/>

## **DOKUMEN LAIN**

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, Panduan OPTimalisasi media sosial untuk kementerian Perdagangan RI. 2014. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.