

**STYLE PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA AKSES
INFORMASI DI KALANGAN MAHASISWA KPI ANGKATAN 2021
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH IAIN PONOROGO**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Yunita Pratama Ningtiyas

NIM. 302180057

Pembimbing:

Kayyis Fithri Ajhuri, M.A.

NIP. 198306072015031004

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

2022

ABSTRAK

Ningtiyas, Yunita Pratama. 2022. *Style Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Akses Informasi Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2021 Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwa IAIN Ponorogo*. Skripsi. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Kayyis Fithri Ajhuri, M. A.

Kata kunci: *Style Penggunaan, Media Sosial, Informasi.*

Di era kemajuan perangkat teknologi yang sekarang gaya penggunaan media sosial di masyarakat semakin bervariasi, seperti dijadikan sebagai sarana mencari hiburan, menambah wawasan, berbisnis, bekerja dan salah satunya yaitu sebagai sarana dalam mengakses sebuah informasi. Mayoritas *style* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu mereka cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan dan sumber informasi yang paling mudah diakses. Penggunaan media sosial sebagai sarana akses informasi pada dasarnya dilatarbelakangi oleh lingkungan mahasiswa yang setiap harinya membutuhkan informasi untuk menunjang perkuliahan maupun menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui jenis media sosial yang digunakan oleh mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo untuk mengakses informasi (2) menganalisis alasan mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo dalam menggunakan media sosial sebagai sarana akses informasi (3) menganalisis hasil informasi yang didapatkan mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo melalui media sosial (4) mendeskripsikan kelebihan dan kekurangan penggunaan media sosial oleh mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan peneliti mendapatkan data tersebut dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini adalah mahasiswa KPI IAIN Ponorogo Angkatan 2021.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) Mayoritas media sosial yang digunakan untuk mencari informasi ialah *YouTube, Instagram, dan Twitter* (2) alasan dan hasil mahasiswa dalam menggunakan media sosial sebagai sarana akses informasi mencakup dari berbagai kebutuhan yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan pribadi secara integratif, kebutuhan sosial secara integratif, dan kebutuhan pelepasan (3) Kelebihan media sosial dalam mengakses informasi yaitu *update* informasi yang lebih cepat, jelas, lengkap, lebih efisien waktu. Kekurangannya yaitu masih banyak informasi *hoax*, tidak tersedianya filter informasi negatif, dan tidak adanya rujukan yang valid untuk dipertanggung jawabkan sebagai rujukan tugas kuliah, informasi yang tidak sesuai fakta yang dapat menggiring opini penonton.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara

Nama : Yunita Pratama Ningtiyas
NIM : 302180057
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : *Style* Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Akses Informasi Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2021 Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah IAIN Ponorogo


Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 30 Juni 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan
Penyiaran Islam


Kayris Fithri Ajhuri, M. A.
NIP. 198306072015031004

Menyetujui
Pembimbing


Kayris Fithri Ajhuri, M. A.
NIP. 198306072015031004

P O N O R O G O



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

PENGESAHAN

Nama : Yunita Pratama Ningtiyas
NIM : 302180057
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : *Style* Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2021 Fakultas Ushuludin, Adab Dan Dakwah IAIN Ponorogo



Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosyah di Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 1 September 2022

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

Hari : Senin
Tanggal : 12 September 2022

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag.
2. Penguji I : Asna Istya Marwantika, M.Kom.I. ()
3. Penguji II : Kayyis Fithri Ajhuri. M.A. ()

Ponorogo, 12 September 2022

Mengesahkan

Dekan,



Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag.
NIP. 19680616/1998031002

**SURAT PERSETUJUAN
PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunita Pratama Ningtiyas
NIM : 302180057
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : *Style* Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Akses
Informasi Di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2021
Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah IAIN Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id Adapun isi dari keseluruhan artikel tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Ponorogo, 12 September 2022

Penulis



Yunita Pratama Ningtiyas

NIM. 302180057

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunita Pratama Ningtiyas

NIM : 302180057

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**STYLE PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
AKSES INFORMASI DI KALANGAN MAHASISWA KPI
ANGKATAN 2021 FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN
DAKWAH IAIN PONOROGO**

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 30 Juni 2022



Yunita Pratama Ningtiyas

NIM 302180057

P O N O R O G O

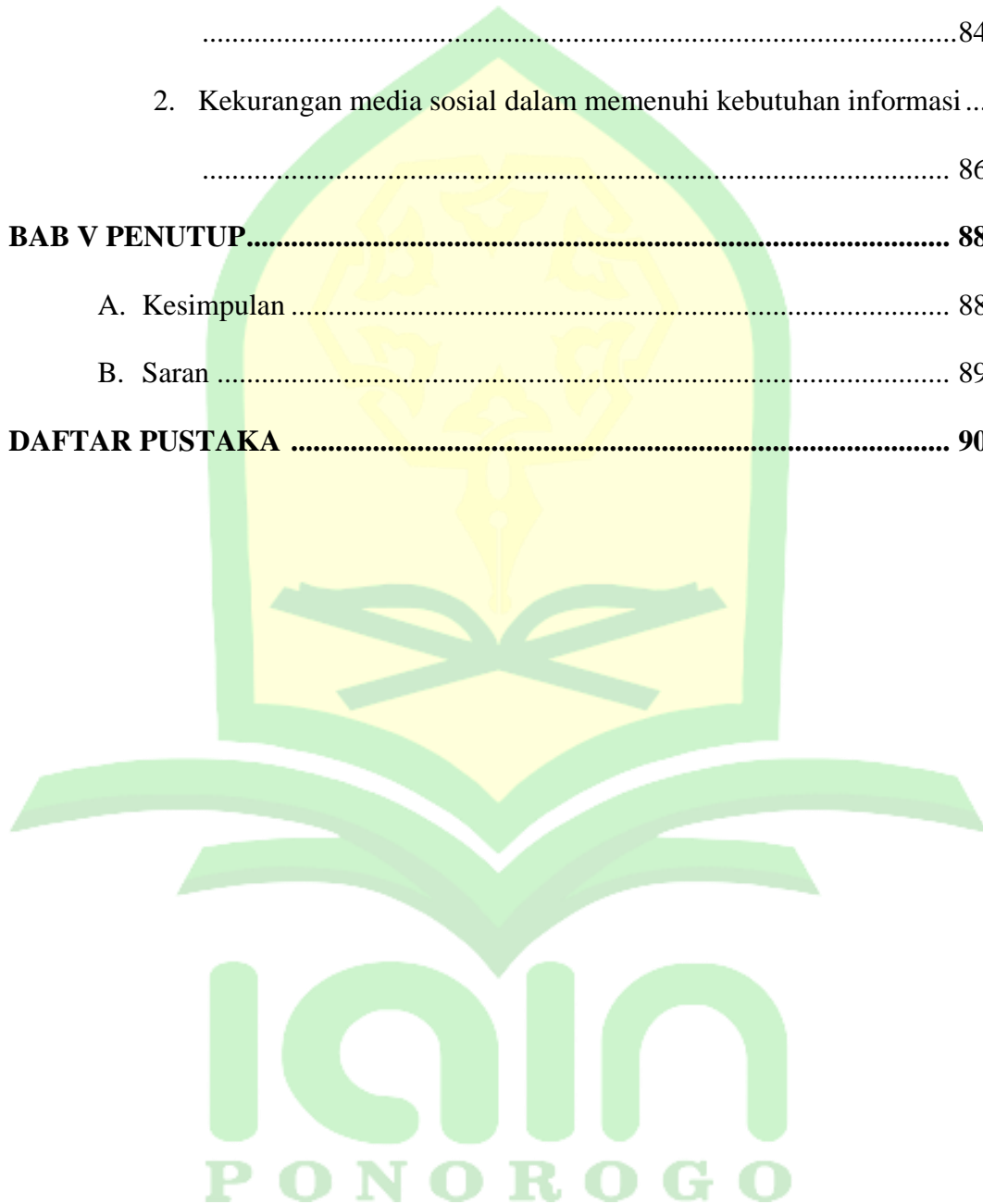
DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Telaah Pustaka	8
F. Metode Penelitian	12
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	12
2. Lokasi Penelitian	13
3. Data dan Sumber Data	13
4. Teknik Pengumpulan Data	15
5. Teknik Pengolahan Data	16
6. Teknik Analisis Data.....	18
7. Pengecekan Keabsahan Data	19
G. Sistematika Pembahasan	21

BAB II KAJIAN TEORI	23
A. <i>Style</i>	23
B. Media Sosial	23
1. Pengertian Media Sosial	23
2. Penggunaan Media Sosial	25
3. Macam-macam Media Sosial	26
4. Karakteristik Media Sosial	31
5. Jenis-jenis Media Sosial	34
C. Informasi	36
D. Mahasiswa	39
E. Teori <i>Uses and Gratification</i>	43
BAB III PAPARAN DATA	51
A. Deskripsi Data Umum	51
1. Sejarah Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah.....	51
2. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam	53
a. Profil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam	53
b. Visi dan Misi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam	54
c. Tujuan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam	54
d. Struktur Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam	55
e. Profil Lulusan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam	56
B. Deskripsi Data Khusus.....	59
1. Deskripsi Media Sosial yang Digunakan Oleh Mahasiswa KPI Angkatan 2021	57

2. <i>Style</i> Penggunaan Media Sosial Dalam Mengakses Informasi oleh Mahasiswa KPI Angkatan 2021.....	59
3. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial	71
BAB IV ANALISIS DATA.....	76
A. Media Sosial yang Digunakan Oleh Mahasiswa KPI Angkatan 2021.....	76
B. Analisis Alasan Penggunaan Media Sosial Dalam Mengakses Informasi	76
1. Ciri-ciri demografis.....	77
2. Afiliasi Kelompok.....	78
3. Ciri-ciri Kepribadian	78
a. Kebutuhan Kognitif	79
b. Kebutuhan Afektif	79
c. Kebutuhan Pribadi secara Integratif	80
d. Kebutuhan Sosial secara Integratif	80
e. Kebutuhan Pelepasan	81
C. Analisis Hasil Informasi Edukatif yang Dicari/Dapatkan Melalui Media Sosial	81
1. Kebutuhan Kognitif	82
2. Kebutuhan Afektif	82
3. Kebutuhan Pribadi secara Integratif	83
4. Kebutuhan Sosial secara Integratif	83
5. Kebutuhan Pelepasan	84

D. Deskripsi Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Edukatif	84
1. Kelebihan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi	84
2. Kekurangan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi ...	86
BAB V PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital sekarang, perkembangan teknologi yang digunakan semakin canggih dan modern. Peran sebuah teknologi kini menjadi bagian dari kehidupan manusia. Masyarakat seakan-akan tidak dapat dipisahkan dari teknologi yang sekarang karena semua aspek keseharian mereka dilakukan dengan bantuan teknologi, salah satunya yaitu *smartphone*. Dengan teknologi yang terkoneksi dengan jaringan internet tersebut memudahkan penggunaannya untuk saling berkomunikasi, belajar, bekerja, berbagi informasi dimana saja dan kapan saja tanpa ada batasan waktu. Bagaimanapun juga perkembangan teknologi yang semakin canggih ini pastinya dilatarbelakangi dari inovasi dan kreativitas manusia.

Dengan berbagai perangkat teknologi yang sekarang pun, gaya penggunaan media sosial di masyarakat bermacam-macam, seperti dijadikan sebagai sarana mencari hiburan, menambah wawasan, berbisnis, bekerja dan salah satunya yaitu sebagai sarana dalam mengakses sebuah informasi. Melalui jaringan internet yang ada, masyarakat dapat memperoleh informasi secara lebih cepat dan mudah melalui media sosial. Masyarakat dengan cepat dan mudah mengakses berbagai informasi dari berbagai sudut negeri tanpa batas waktu

menggunakan media sosial tersebut. Kehadiran media sosial dan internet memberikan kebebasan bagi masyarakat untuk ikut serta dalam menyebarkan informasi atau sebuah peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Keberadaan internet kini juga telah menjadi referensi utama dalam mencari sebuah informasi maupun berita. Di era yang semakin maju ini media sosial sudah mempunyai peran tersendiri sebagai sumber pengetahuan bagi siapapun. Dimulai pada tahun 2010 an yang dimana mayoritas informasi menyebar melalui internet atau media *online*.

Semakin canggih teknologi yang digunakan maka *style* penggunaan media sosial oleh masyarakat semakin bermacam-macam sesuai dengan keinginan mereka. Adapun mayoritas *style* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu mereka cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana hiburan dan sumber informasi yang paling mudah diakses. Media sosial memberikan kemudahan untuk mereka dalam berkomunikasi, berbagi informasi ataupun mengakses informasi yang dibutuhkan secara cepat dan mudah. Media sosial merupakan terobosan terbaru di bidang informasi dan komunikasi yang memiliki kemampuan dan fungsi lebih efektif serta lebih bermanfaat. Dengan penggunaan media sosial yang telah meluas, maka akses informasi menjadi lebih mudah dan kebutuhan masyarakat akan informasi dapat terpenuhi.

Media sosial cukup mengambil peran dalam pencarian informasi bagi masyarakat luas. Sejak awal diciptakannya, media sosial diperuntukkan sebagai tempat untuk dapat dengan mudah berbagi,

berpartisipasi berkomunikasi, dan bertukar informasi melalui jejaring *virtual* bagi penggunanya.¹ Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan di dalam media sosial, penggunanya melalui koneksi internet dapat mengakses langsung informasi dengan cepat dan mudah. Informasi yang disampaikan di dalam media sosial pun yang bersifat umum dan ditujukan kepada banyak orang, adapun isi informasinya sendiri bersifat bebas dan informasi yang disampaikan cenderung lebih cepat menyebar dibanding media lainnya. Kekuatan media sosial yang lebih cepat penyebarannya inilah yang membuat media sosial disebut sebagai media alternatif penyebaran atau sarana akses informasi yang lebih efektif dan efisien.

Di setiap harinya, bahkan hampir 24 jam pastinya seorang mahasiswa tidak bisa melepaskan dari *smartpone* dan media sosial mereka. Hal tersebut dikarenakan masing-masing media sosial memiliki kelebihan masing-masing sehingga mampu menarik perhatian banyak orang.² Dengan media sosial membuat masyarakat khususnya mahasiswa dapat dengan mudah mendapatkan ataupun mencari informasi mengenai pekerjaan, tugas kuliah, ataupun berkomunikasi dengan dosen dan berbagi informasi yang menunjang kegiatan akademik kapanpun dan dimanapun. Pada dasarnya penggunaan media sosial tidak hanya digunakan

¹ Yuni Fitriani, "Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat," *Paradigma-Jurnal Komputer dan Informatika*, 2 (September 2017), 148.

² Melis, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepribadian Mahasiswa," *Stebis Igm Palembang: Jurnal Syariah*, 4 (2016), 335-334.

mahasiswa sebagai media berkomunikasi saja, akan tetapi media sosial sudah mempunyai peran tersendiri sebagai sarana akses informasi. Seperti contohnya dalam penyebarluasan informasi atau berita mengenai kejadian penting, penemuan-penemuan hal baru, diskusi dan berbagai informasi lainnya.

Informasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan sosial masyarakat khususnya mahasiswa. Tanpa disadari mahasiswa membutuhkan informasi terbaru di setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan hidup dan menunjang aktivitas mereka. Di era yang digital sekarang ini informasi menyebar dan berkembang dengan sangat cepat sehingga jika mereka tidak mengikuti perkembangannya maka akan sangat berpengaruh terhadap kehidupan sosial maupun studi mereka.

Aksebilitas media sosial ini berhubungan dengan penggunaannya yang semakin mudah membuat setiap orang bisa dengan cepat mendapatkan atau mengakses informasi yang beragam melalui media sosial. Teori *uses and gratification* ini memberikan jawaban atas persoalan apa yang dilakukan masyarakat terhadap eksistensi media massa salah satunya media sosial dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi mereka.³ Effendi menambahkan bahwa yang menjadi persoalan utama penelitian komunikasi pada massa bukanlah bagaimana media

³ Siswanto, "Informasi Kesehatan di Media Online," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3 (2015), 210-223.

mengubah sikap ataupun perilaku khalayak/masyarakat, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan sosial ataupun pribadi masyarakat.⁴

Media sosial kini cukup memberikan pengaruh bagi penggunanya tidak terkecuali seorang mahasiswa yang kapanpun dan dimanapun selalu ingin *update* informasi terkini. Salah satunya yaitu mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah. Mahasiswa KPI tersebut secara tidak langsung mereka harus selalu *update* informasi maupun berkecimpung di dalam media sosial dikarenakan kebutuhan perkuliahan ataupun jurusan yang mereka ambil akan selalu berkaitan dengan media dan pastinya dalam menggunakan sebuah media sosial mereka berbeda-beda sesuai dengan kebutuhannya. Berangkat dari hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Style Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Akses Informasi di Kalangan Mahasiswa KPI Angkatan 2021 Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo”**.

⁴ Effendi, *Ilmu – Teori & Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Apa saja media sosial yang digunakan oleh mahasiswa KPI Angkatan 2021 Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo dalam mencari informasi?
2. Apa alasan mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo menggunakan media sosial sebagai sarana akses informasi?
3. Apa saja informasi yang dicari oleh mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo melalui media sosial ?
4. Bagaimana kelebihan dan kekurangan penggunaan media sosial oleh mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui jenis media sosial yang digunakan oleh mahasiswa KPI Angkatan 2021 Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo.
2. Untuk menganalisis alasan mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo dalam menggunakan media sosial sebagai sarana akses informasi.

3. Untuk menganalisis hasil informasi yang didapatkan mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo melalui media sosial
4. Untuk mendeskripsikan kelebihan dan kekurangan penggunaan media sosial oleh mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi fakultas maupun jurusan, dapat menambah informasi, wawasan teoritis dan kajian ilmu pengetahuan khususnya dalam *style* penggunaan media sosial.
- b. Sebagai rujukan atau referensi pada sejumlah mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Ponorogo dalam meneliti tentang penggunaan media sosial khususnya yang berkaitan dengan *style* penggunaannya terhadap mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat menambah khasanah ilmu tentang bagaimana *style* penggunaan media sosial saat ini.
- b. Bagi pembaca atau masyarakat, dapat digunakan sebagai bahan informasi tambahan untuk yang ingin lebih mengetahui tentang *style* penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa.

IAIN
P O N O R O G O

E. Telaah Pustaka

Pertama, Skripsi oleh Rachel Anastasya Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Tahun 2021 dengan judul “*Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi Thread Korban Pelecehan “Fetish Kain Bungkus”)*”. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui aktivitas dan motif penggunaan media sosial *Twitter* sebagai sarana mengakses informasi pelecehan seksual “*fetish kain bungkus*”. Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas penggunaan *Twitter* dalam mengakses informasi kasus pelecehan “*fetish kain bungkus*”, seperti bentuk balasan *thread* yaitu komentar positif dan negatif, *thread* yang dibuat oleh para korban, pengguna *Twitter* yang membuat *thread* kumpulan *thread* pengakuan korban dan respon artis pada akun *Twitter* pribadi mereka. Kemudian aktivitas seluruh informan dalam mengakses informasi pelecehan seksual yaitu dengan membaca *thread*, menyebarkan dengan fitur *like*, *retweet*, dan *salin link thread* untuk dibagikan melalui medis sosial lainnya. Motif yang digunakan pengguna *Twitter* dalam mengakses informasi pelecehan seksual ini adalah motif identitas pribadi, motif informasi, motif hiburan, motif integrase dan motif interaksi sosial.⁵

Letak persamaan kedua penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan teori *uses and gratification* dan menggunakan metode

⁵ Rachel Anastasya, Skripsi: “*Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi Thread Korban Pelecehan “Fetish Kain Bungkus”)*” (Medan: Universitas Medan Area, 2021), 68.

penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti Rachel meneliti tentang penggunaan *Twitter* sebagai sarana mengakses informasi pelecehan seksual “*fetish* kain bungkus” sedangkan penulis fokus meneliti tentang *style* penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa.

Kedua, Skripsi oleh Damas Rambatin Rakanda Progam Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Tahun 2020 dengan judul “*Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau IGeneration Di Desa Cawas*”. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana terbentuknya identitas diri virtual remaja pengguna *Instagram* di Desa Cawas melalui media sosial *Instagram*. Hasil dari penelitian ini adalah para remaja Di Desa Cawas sudah mempunyai konsep tentang citra diri yang ingin mereka sampaikan atau gunakan dalam mengunggah foto di *Instagram* dan kebanyakan informan terinspirasi dari para *influencer* dari segi *fashion* dan mengolah foto, serta eksistensi merupakan hal yang penting bagi remaja, khususnya dalam media sosial *Instagram*. Dikarenakan dengan hal tersebut remaja akan dilihat keberadaannya.⁶

Letak persamaan kedua penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada teori yang digunakan, penelitian Damas menggunakan teori identitas manual castel, teori new media dan konstruksi identitas,

⁶ Damas Rambatin Rakanda, Skripsi: “*Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau IGeneration Di Desa Cawas*” (Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, 2020), 122.

sedangkan penulis menggunakan teori *uses and gratification*. Selain pada teori, perbedaan yang menonjol yaitu pada lokasi penelitian, subjek penelitian dan penelitian Damas meneliti tentang penggunaan *Instagram* dalam pembentukan identitas diri, sedangkan penulis fokus meneliti tentang *style* penggunaan media sosial oleh mahasiswa.

Ketiga, Jurnal *Communication* oleh Dian Nurvita Sari Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dan Abdul Basri Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Tangerang dengan judul “*Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Edukasi Parenting*”. Kesimpulan dari penelitian ini adalah informasi edukasi *parenting* yang diposting melalui akun @parentalk.id berupa foto, video atau interaktif *talks* memiliki respon positif dari para *followers* yang merupakan ibu muda. Kehadiran akun *Instagram* ini menjadi media rujukan dalam pemenuhan kebutuhan informasi mengenai *parenting* bagi para ibu muda. Respon behavioral tersebut juga terlihat dengan adanya perubahan sikap *followers* dalam mengasuh anak-anak mereka sesuai dengan pengetahuan yang didapatkan berupa informasi *parenting*.⁷

Letak persamaan penelitian ini adalah pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Sedangkan letak perbedaannya adalah lokasi penelitian, waktu penelitian dan penelitian penulis fokus pada *style*

⁷ Dian Nurvita Sari & Abdul Basir, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting”, *Persepsi : Communication*, 1 (2020), 23-26.

penggunaan media sosial oleh mahasiswa sedangkan penelitian Dian fokus pada penggunaan media sosial *Instagram* sebagai media informasi edukasi parenting, untuk pendekatan penelitian yang digunakan yaitu penelitian Dian menggunakan fenomenologi sedangkan penelitian saya menggunakan deskriptif.

Keempat, Jurnal volume III. No 1. Tahun 2014 oleh Steffannus Rodrick Juraman dengan judul “*Pemanfaatan Smartphone Android oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat)*”. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *smartphone android* oleh mahasiswa ilmu komunikasi dalam mengakses informasi edukasi sudah cukup efektif karena sebagian besar mahasiswa sudah memanfaatkan *android* untuk mengakses informasi edukasi dan pemanfaatan tersebut dalam mengakses informasi edukasi sudah cukup memuaskan karena sudah banyak hal-hal yang mendukung aktivitas mahasiswa dalam memanfaatkan *android* untuk mengakses informasi edukasi seperti; portal akademik, wikipedia, kamus *online* dan *offline*, *ebook*, *ejournal* dan situs berita serta pemanfaatan dalam mengakses informasi edukasi ini bisa mempermudah mahasiswa untuk menunjang studi dibangku kuliah.⁸

⁸Steffanus Rodrick, “Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif,” *Jurnal* Volume III, 1 (2014), 14-15.

Letak persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif serta teori yang digunakan yakni *uses and gratification*. Sedangkan perbedaannya terdapat pada teori yakni Steffanus menggunakan 2 teori yaitu Teori Determinasi Teknologi Marshal McLuchen dan Teori *uses and gratification*, sedangkan penulis hanya menggunakan teori *uses and gratification* dan penulis lebih menitikberatkan tentang bagaimana *style* penggunaan media sosial, sedangkan penelitian Steffanus fokus terhadap pemanfaatan *smartphone android* dalam mengakses informasi edukatif.

F. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan & Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena aktivitas, sikap, peristiwa, kepercayaan, pemikiran orang secara individu maupun kelompok.⁹ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data yang deskriptif yang bersumber dari tulisan, lisan ataupun tingkah laku. Metode ini dilakukan untuk melihat dan memahami objek dan subjek penelitian yang meliputi orang, lembaga dan lain-lain. Di metode ini peneliti adalah sebagai instrumen kunci dan teknik

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 9.

pengumpulan data dapat dilakukan secara gabungan serta analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi.¹⁰

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif ialah suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat yang sedang diteliti.¹¹

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

3. Data & Sumber Data

Data adalah sebuah informasi mengenai suatu hal yang belum diolah, masih mentah yang didapatkan dari suatu pengamatan berupa angka, grafik, sekumpulan fakta dari sebuah kejadian dll.¹² Sesuai dengan judul maka data yang dibutuhkan di dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data pokok yang dikumpulkan oleh peneliti berdasarkan informasi yang didapatkan langsung melalui

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 9.

¹¹ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), 54.

¹² Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 66.

informan.¹³ Adapun data primer di dalam penelitian ini yaitu diperoleh melalui wawancara dengan informan mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung di dalam penelitian yang diperoleh dari dokumen-dokumen hasil referensi, studi pustaka, jurnal, artikel, catatan, internet dan lain lain yang dapat dipublikasikan.¹⁴ Adapun data sekunder pada penelitian ini adalah data dari jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Ponorogo, berupa buku-buku pendukung dan artikel-artikel terkait dengan kemahasiswaan.

c. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek berdasarkan dari mana data didapatkan.¹⁵ Adapun sumber data pada penelitian ini adalah ungkapan informan pada saat wawancara, dokumentasi, serta karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian. Adapun informan di dalam penelitian ini adalah orang yang terlibat langsung dalam penelitian yakni 11 mahasiswa dari KPI Kelas E Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo.

¹³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Pers, 2015), 88.

¹⁴ *Ibid.*, 88.

¹⁵ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 172.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan kondisi yang alami, sumber data primer dan lebih banyak pada observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.¹⁶

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan atau lingkungan penelitian.¹⁷ Observasi penelitian ini menggunakan observasi nonpartisipan dengan mengamati langsung objek yang diteliti untuk mengetahui validitas dan selektifitas data di lapangan tanpa masuk ke dalam bagian yang akan diteliti. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan mengamati perilaku mahasiswa, mencatat serta menganalisis secara sistematis terhadap *style* penggunaan media sosial sebagai sarana akses informasi.

b. Wawancara

Wawancara merupakan dialog yang dilakukan peneliti dan informan guna bertukar informasi maupun berbagi pendapat melalui tanya jawab, sehingga dapat menghasilkan data yang diinginkan.¹⁸ Peneliti melakukan wawancara dengan garis besar

tentang permasalahan penelitian secara semiterstruktur kepada

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 225.

¹⁷ *Ibid.*, 226.

¹⁸ *Ibid.*, 231.

narasumber. Adapun peralatan yang dibutuhkan dalam kegiatan wawancara antara lain daftar pertanyaan, *handphone* dikarenakan wawancara ini dilakukan secara *online* melalui *chatting whatsapp*. dan buku catatan. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan mengirim daftar pertanyaan kepada 11 informan yakni mahasiswa KPI E Angkatan 2021.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini yakni dilakukan dengan cara mengumpulkan, melihat, menganalisis atau mengkaji dokumen-dokumen yang berbentuk data, gambar, tabel maupun diagram yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Dokumentasi ini adalah pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹⁹

Salah satu teknik dokumentasi yang dilakukan ialah dengan mengumpulkan data dari *capture* informasi yang dicari oleh mahasiswa dengan cara meminta izin terlebih dahulu bahwasannya *capture* informasi yang dikirim tersebut akan dipublikasikan sebagai bukti penelitian.

5. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data kualitatif dilakukan dengan beberapa langkah-langkah sebagai berikut:

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 240.

a. Penyusunan data

Penyusunan data ini dilakukan dengan memilih data yang penting dan diperlukan, memilih data yang obyektif (tidak bias) dan bila data dikumpulkan dengan wawancara ataupun angket maka harus membedakan antara informasi dan kesan pribadi informan.

b. Klasifikasi (mengelompokkan data)

Pengelompokkan data ini dilakukan untuk semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subjek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang diperoleh dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan.²⁰

c. *Verifying* (Verifikasi)

Verifying adalah proses memeriksa data dan informasi yang telah didapat dari lapangan agar validitas data dapat digunakan.

d. *Concluding* (Kesimpulan)

Tahap terakhir dalam pengolahan data ini yaitu pengambilan kesimpulan. *Concluding* ini yaitu kesimpulan atas proses pengolahan data yang terdiri dari penyusunan data, klasifikasi data, dan verifikasi data.

²⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2010), 104-105.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi dan catatan lapangan. Terdapat tiga tahapan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman²¹ yakni:

a. Reduksi data

Mereduksi data ini yaitu kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.²²

b. Penyajian data

Tahap selanjutnya yaitu mendisplaykan data. Penyajian data ini dilakukan dengan merangkai dan menyusun kalimat secara sistematis serta logis sehingga mudah dipahami dan dapat membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitiannya. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk bagan, uraian singkat, *flowchart*, hubungan antar kategori dan lainnya yang sejenis.²³

c. Kesimpulan/Verifikasi

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 246.

²²*Ibid.*, 247.

²³*Ibid.*, 249.

Tahap terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan ini merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Penarikan kesimpulan ini dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.²⁴

7. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain²⁵:

a. Memperpanjang observasi/pengamatan

Perpanjangan pengamatan ini dilakukan dengan peneliti kembali ke lapangan, melakukan wawancara dan melakukan pengamatan lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Adapun berapa lama perpanjangan observasi ini dilakukan tergantung pada kedalaman, keluasan dan kepastian data²⁶.

b. Meningkatkan ketekunan pengamatan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih teliti dan cermat serta berkesinambungan. Dengan

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 252.

²⁵ *Ibid.*, 270.

²⁶ *Ibid.*, 271.

dilakukannya cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan direkam secara pasti dan sistematis.

Untuk meningkatkan ketekunan ini peneliti melakukan cara dengan membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumen-dokumen yang berkaitan dengan yang diteliti. Dengan membaca ini maka wawasan dan pengetahuan akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang telah ditemukan tersebut benar adanya atau tidak.²⁷

c. Triangulasi

Triangulasi data adalah teknik mengecek kebenaran data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi data dengan sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah didapatkan melalui beberapa sumber. Sedangkan triangulasi teknik yaitu menguji kredibilitas dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, adapun contohnya yaitu data yang diperoleh dengan hasil wawancara, maka dicek kembali dengan observasi, dokumentasi atau kuisioner dan yang terakhir yaitu Triangulasi waktu yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 272.

dengan wawancara, observasi atau teknik lainnya dalam situasi atau waktu yang berbeda.²⁸

d. Diskusi dengan teman atau orang lain

Mendiskusikan hasil data dengan teman atau orang lain yang memahami terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan.

G. Sistematika Pembahasan

Skripsi yang disusun oleh penulis terdiri dari lima bab yang secara garis besar menguraikan hal-hal sebagai berikut:

Bab I. PENDAHULUAN merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, telaah pustaka dan metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data dan sistematika pembahasan.

Bab II. KAJIAN TEORI, pada bab ini mencakup landasan teori yang terdiri dari bagian Penggunaan Media, Media Sosial yang terdiri dari: pengertian media sosial, karakteristik media sosial dan

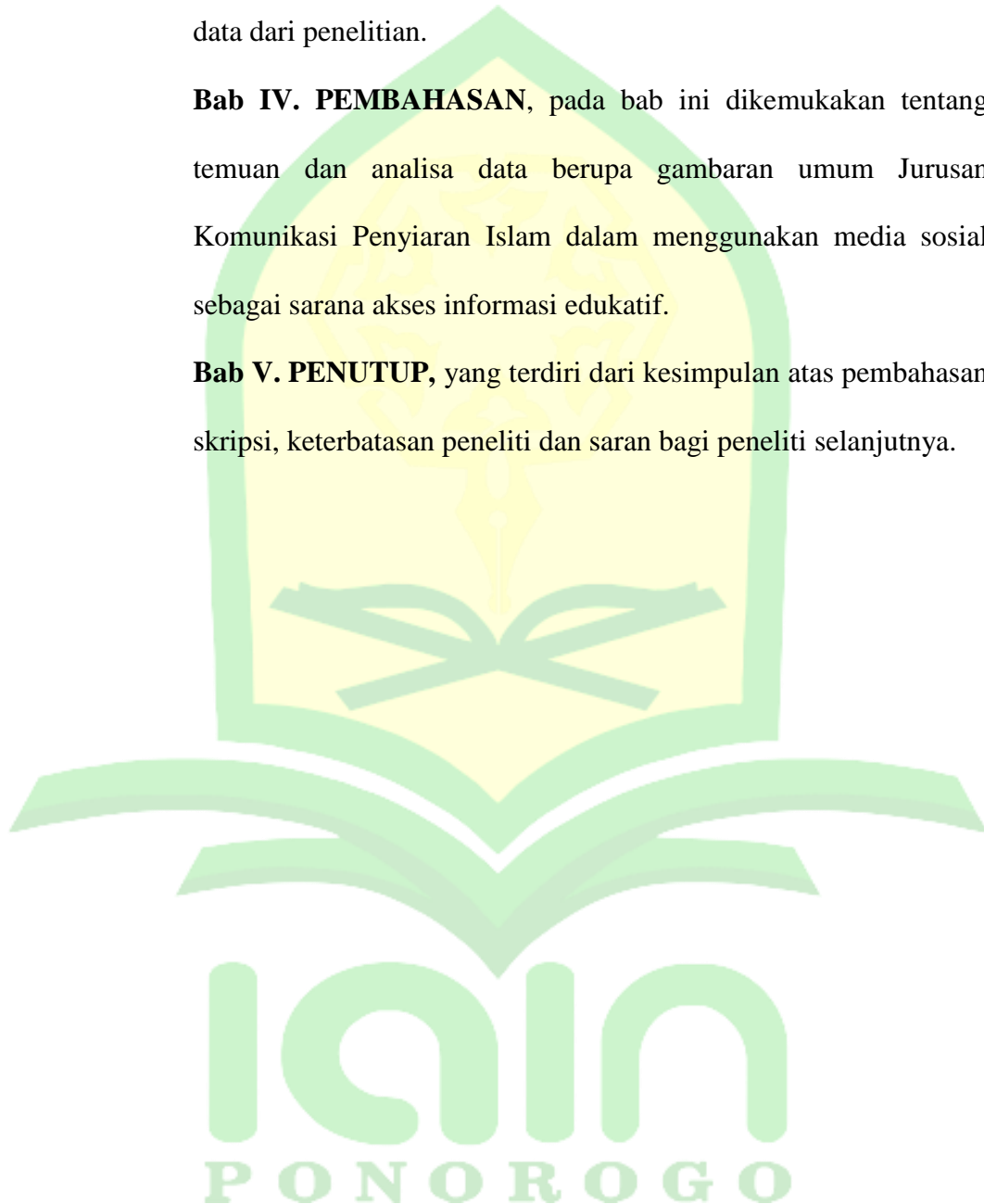
²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 274.

jenis media sosial, Informasi Edukatif dan Teori *Uses and Gratification*.

Bab III. PAPARAN DATA, dalam bab ini berisi tentang deskripsi data dari penelitian.

Bab IV. PEMBAHASAN, pada bab ini dikemukakan tentang temuan dan analisa data berupa gambaran umum Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dalam menggunakan media sosial sebagai sarana akses informasi edukatif.

Bab V. PENUTUP, yang terdiri dari kesimpulan atas pembahasan skripsi, keterbatasan peneliti dan saran bagi peneliti selanjutnya.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Style*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *style* atau gaya ialah kesanggupan untuk berbuat.²⁹ *Style* dapat diartikan sebagai cara khas yang dipakai oleh seseorang untuk menyampaikan, mengungkapkan, atau mengutarakan diri atau gaya pribadi. Pengertian *style* sangat beragam dan luas, bisa meliputi *style* sekelompok seseorang, *style* perseorangan, ataupun *style* suatu bangsa dan daerah.³⁰

Menurut Sri Minarti gaya atau *style* merupakan bentuk, perwujudan, dan tampilan visi atau cita-cita, misi atau cara dalam mencapai tujuan. Gaya setiap orang berbeda-beda dan terkadang gaya seseorang tersebut tidak bisa diterima oleh semua kalangan. Pada dasarnya gaya seseorang dipengaruhi oleh cara pandang, pengetahuan, keilmuan, wawasan, pengalaman, serta lingkungan mereka.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media adalah sebuah sarana untuk menyampaikan informasi baik melalui digital maupun non digital. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia media adalah suatu alat (sarana) komunikasi

²⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia *kamus versi online/daring* diakses pada tanggal 11 September 2022 pukul 05:13.

³⁰ Susiati, *Gaya Bahasa Secara Umum dan Gaya Bahasa Pembungkus Pikiran*, (Universitas Iqra Buru, 2020), 7.

seperti koran, majalah, radio, televisi, poster dan spanduk.³¹ Media juga bisa diartikan sebagai wadah berkumpulnya informasi. Sedangkan sosial sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah segala sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat (khalayak).³² Jika digabungkan berarti menjadi media sosial yang berarti suatu wadah dimana dan bagaimana orang menemukan, mencari, membaca ataupun berbagi informasi. Saat ini media adalah salah satu kebutuhan yang selalu dikonsumsi oleh masyarakat

Berikut ini adalah definisi dari media sosial menurut beberapa literatur penelitian³³ :

- a. Menurut Mandibergh, media sosial ialah media yang menjadi tempat untuk kerja sama bagi penggunanya yang menghasilkan konten.
- b. Aditiwarman mengartikan media sosial ialah media *online* (daring) yang digunakan oleh penggunanya sebagai perantara pergaulan sosial secara *online* di internet.
- c. Menurut Van Dijk, media sosial adalah sebuah *platform* yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang dimana memberikan fasilitas kepada mereka dalam beraktivitas maupun berpartisipasi.

³¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia *kamus versi online/daring* diakses pada tanggal 28 November 2021 pukul 11:41.

³² *Ibid.*

³³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11.

d. Menurut Nasrullah, media sosial ialah jaringan di internet yang memungkinkan penggunanya untuk mempresentasikan dirinya, berinteraksi, berbagi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual* antar sesama.³⁴

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial ialah jaringan di internet yang memungkinkan penggunanya dalam berinteraksi, berkomunikasi, berpartisipasi dan berbagi informasi dengan pengguna lain dimanapun dan kapanpun secara virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Dengan media sosial yang ada mereka dapat mengetahui informasi-informasi dari belahan dunia yang tidak pernah kita kunjungi sebelumnya. Media sosial seolah tidak memiliki batasan atau kerahasiaan.

Pengguna media sosial bisa menyampaikan apa saja yang dialami atau dirasakannya kepada siapapun. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk ikut berkolaborasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.³⁵

2. Penggunaan Media Sosial

Penggunaan merupakan kegiatan dalam menggunakan atau memakai sesuatu seperti sarana atau barang. Dapat disimpulkan berarti penggunaan media sosial adalah proses kegiatan yang

³⁴ Rulli Nasrullah, “*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*” (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11.

³⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa, 2014), 104.

dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, bertukar pendapat, ide, berkreasi, berfikir, berdebat dan lain-lain dengan sebuah aplikasi melalui *smartphone*.

Pengguna media sosial mengunggah sebuah konten foto, audio, dan lain-lain di dalam jejaring sosial mereka. Konten animasi, audio, foto, dan teks yang diposting atau diunggah pengguna pada media sosial tersebut disebut *user generated content*.³⁶ Konten buatan pengguna (UGC) berlaku untuk materi yang dibuat sendiri yang diunggah ke internet oleh pengguna dan memiliki dampak yang lebih besar pada konsumsi publik. Konten yang diunggah tersebut dapat diakses oleh publik atau masyarakat.³⁷

3. Macam-Macam Media Sosial

a. *YouTube*

YouTube adalah salah satu media sosial yang menyuguhkan berbagai macam video, mulai dari video tutorial, video ceramah, film dan video-video edukasi lainnya yang diupload oleh pengguna *YouTube* itu sendiri. *YouTube* berdiri pada tahun 2005 dan didirikan oleh Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim

³⁶ Nur Aisyah Rusnali, "Penggunaan *User Generated Content* Tiktok Dalam Dunia Kesehatan", *Al-Din*, Institut Agama Islam Negeri Bone, 50.

³⁷ Muhammad Fariz dan Satiri, "Pengaruh *User Generated Content* Sebagai Alat Komunikasi Bisnis Terhadap Kredibilitas Informasi Website "Tokopedia", *Journal of Creative Communication*, 1 (November 2019), 25.

sebagai pendiri pendamping. Nama domain www.youtube.com aktif pada 14 Februari 2005.³⁸

Saat ini *YouTube* menempati peringkat ke 10 situs web yang paling populer dan *platform* menonton video paling populer di dunia. *YouTube* ialah anak perusahaan dari *Google*. Perusahaan *YouTube* sendiri berkantor pusat di San Bruno, California.³⁹

b. *WhatsApp*

WhatsApp Messenger adalah salah satu media sosial yang menawarkan penggunanya sebagai tempat berkomunikasi, berinteraksi, tempat penyebaran informasi ataupun pembelajaran serta dapat menjadi tempat untuk berdiskusi secara *online*.⁴⁰ Aplikasi *WhatsApp* didirikan pada 24 Februari 2009.

Menurut Larasati dkk, *WhatsApp* ialah sebuah aplikasi instan yang digunakan untuk saling berkiriman pesan, dokumen, gambar, video, pesan suara dan juga dapat melakukan *video call* serta berbagi link.⁴¹

c. *Instagram*

Instagram adalah jenis media sosial yang diluncurkan pada Oktober 2010 dan nama *Instagram* sendiri diambil dari kata

³⁸Joko Loro Setyo, 'Motif *Subscriber* dalam *Chanel YouTube Yufid TV*', (jurnal, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, 2018), 28.

³⁹*Ibid.*

⁴⁰Raharti, "'WhatsApp' Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah Di Kawasan Puspittek)," *Visi Pustaka*, 2 (Agustus 2019), 151.

⁴¹Larasati *et. al.* "Efektivitas Pemanfaatan *WhatsApp* sebagai Sarana Diskusi Pembelajaran Pada Mahasiswa", (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013), 7.

“Insta” yang berasal dari kata “Instan” dan “gram” dari kata “telegram”.⁴² Oleh karena itu *Instagram* merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram yang dapat diartikan sebagai sebuah aplikasi yang dapat mengirimkan dan berbagi informasi dengan cepat dalam bentuk foto.⁴³

Di *Instagram* sendiri pengguna bisa berkomunikasi melalui *Direct Message (DM)* yang telah disediakan oleh *Instagram* sendiri. Adapun pengguna *Instagram* sekarang sudah melebihi 8 juta pengguna dari seluruh dunia.

d. *Facebook*

Facebook ialah media sosial yang cukup banyak penggunanya khususnya masyarakat yang berusia diatas 25 tahun. *Facebook* diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard.⁴⁴ Media sosial *Facebook* memiliki fungsi yang beragam seperti berbagi foto, video, lokasi, maupun kegiatan-kegiatan lain.

Media sosial *Facebook* kini terus melakukan pembaharuan untuk dapat meningkatkan kenyamanan penggunanya. Adapun fitur-fitur yang ada didalam media sosial *Facebook* bermacam-

⁴² Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), 8.

⁴³ Achmad Sulthony Munfaid, “Makalah Instagram”, (Jurnal, Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Peterongan, Jombang, 2013), 3.

⁴⁴ Muhammad Hanafi, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Siswa FISIP Universitas Riau, *Jurnal: JOM FISIP* Vol. 3 No. 2, Oktober 2016, 3.

macam seperti siaran langsung, mengunggah foto dan album, status *update*, fitur *friends*, fitur like dan fitur komen.

e. *Tiktok*

Tiktok merupakan media sosial yang paling banyak penggunanya saat ini khususnya para milenial di seluruh Indonesia. Dengan aplikasi *tiktok* ini pengguna dapat merekam, mengedit foto maupun video dan mengunggahnya ke beberapa sosial media. *Tiktok* dikembangkan sebagai tempat membuat video pendek dan menyajikan kreativitas serta momen berharga.

Tiktok didirikan oleh Zhang Yiming yang rilis pada tahun bulan September 2016 dan di Indonesia sendiri aplikasi ini mulai populer pada tahun 2018 yang dimana dengan 500 juta kali lebih unduhan di *AppStore*. Aplikasi *tiktok* adalah salah satu media sosial yang membuat penggunanya terhibur oleh konten-konten yang tersedia yang dibuat oleh pengguna lain di beranda.⁴⁵

f. *Line*

Line merupakan sebuah aplikasi pesan instan yang memungkinkan penggunanya untuk saling berkomunikasi melalui jaringan internet. *Line* dikembangkan oleh perusahaan Jepang yang bernama NHN Corporation. *Line* dirilis pertama kali

⁴⁵ Riska Marini, Skripsi: “Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah”, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), 37.

pada bulan Juni 2011.⁴⁶ Fungsi *line* hampir sama dengan *WhatsApp* yang dapat digunakan untuk mengirim pesan teks, pesan suara, dokumen, video, foto dan link.

Adapun fitur-fitur yang membedakan *line* dengan *WhatsApp* yaitu *line jobs*, *line today* yang berisi portal berita yang memuat informasi menarik seputar teknologi, hiburan, musik, *line webtoon*, *linkedIn* yang berfokus pada jaringan bisnis dan professional. Di samping itu salah satu fitur yang banyak disukai yaitu fitur stiker yang menggambarkan perasaan hati.⁴⁷

g. *Telegram*

Telegram adalah jenis media sosial yang kegunaannya hampir sama dengan *WhatsApp*, akan tetapi keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Keunggulan yang dimiliki *telegram* dibanding dengan yang lain ialah aplikasi ini mampu bertukar dokumen dalam ukuran yang cukup besar dan mampu membuat grup yang beranggotakan lebih banyak daripada *WhatsApp* yaitu hingga 5.000 orang. *Telegram* mampu berbagi file dengan ukuran hingga 1,5 GB per file-nya. File yang dikirim pun lebih bervariasi, mulai dari doc, zip dan mp3.

⁴⁶ Iwan Rinaldi, Skripsi: "Line Today Sebagai Media Informasi Remaja Masa Kini (Studi Pada Siswa Kelas IPA SMA IBA Palembang)", (Palembang: Universitas Raden Fatah, 2019), 33-34.

⁴⁷ Eva Dewa Putra, *Menguak Jejaring Sosial*, (Serpong: Jurnal, 2014), 2.

h. Twitter

Twitter adalah salah satu jaringan yang berbasis microblog. Penggunaannya dapat mengirim dan membaca pesan yang disebut dengan *tweet* dan hanya dibatasi hingga 280 karakter. Pengguna *twitter* juga dapat mengirimkan pesan berupa foto dan video. *Twitter* didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Doney dan pertama kali diluncurkan pada Juli 2006.⁴⁸

4. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media-media lainnya. Adapun karakteristik media sosial, yaitu⁴⁹:

a. Jaringan (*network*)

Pengertian secara terminologi kata jaringan dipahami seperti komputer yang memiliki arti infrastruktur yang menghubungkan perangkat keras maupun komputer. Karakteristik media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunaannya. Entah di dunia nyata sebagaimana antar pengguna tersebut saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial ini memberikan medium bagi pengguna untuk tetap terhubung secara mekanisme teknologi.⁵⁰

⁴⁸ Rachel Anastasya, Skripsi: “*Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi Thread Korban Pelecehan “Fetish Kain Bungkus”)*” (Medan: Universitas Medan Area, 2021), 17-18.

⁴⁹Rulli Nasrullah, “*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*” (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 15-37.

⁵⁰ *Ibid.*

b. Informasi (*information*)

Informasi ialah dasar dari pengguna media sosial melakukan interaksi dan memproduksi konten. Karakter informasi di dalam media sosial bisa dilihat dari segi media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi dan informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Untuk memiliki akun dan akses pun setiap orang di media sosial harus menyertakan informasi pribadinya.⁵¹

c. Arsip (*archive*)

Karakteristik arsip di media sosial ini menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses dimanapun dan kapanpun. Arsip merupakan salah satu kekuatan media sosial yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip.⁵²

d. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah jaringan, namun jaringan ini tidak hanya memperluas hubungan pertemanan di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar sesama penggunanya. Interaksi ini adalah pembeda antara media lama dan media baru. Di dalam media lama pengguna bersifat

⁵¹ Rulli Nasrullah, "*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*" (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 15-37.

⁵² *Ibid.*

pasif, sementara di media baru penggunaanya dapat berinteraksi dengan pengguna lain.⁵³

e. Simulasi Sosial (*simulation of social*)

Media sosial memiliki karakteristik sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia *virtual*. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang nyata.

f. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Karakter media sosial ini menunjukkan bahwa di dalam media sosial sepenuhnya milik dan saling berkontribusi dari penggunaanya maupun pemilik akun. Konten oleh pengguna ini ialah penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengkonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.⁵⁴

g. Penyebaran (*sharing/share*)

Penyebaran merupakan ciri khas dari sebuah media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari mengembangkan disini yaitu konten yang ada mendapatkan sebuah data atau fakta baru. Contohnya yaitu komentar yang tidak hanya berisi opini semata, tetapi juga terdapat data dan fakta terbaru.⁵⁵

⁵³ Rulli Nasrullah, “*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*” (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 15-37.

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ *Ibid.*

5. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial ternyata memiliki jenis-jenisnya tersendiri yang terbentuk berdasarkan karakteristik pengguna, model jaringan, sampai pada file yang disebarakan diantara penggunanya. Adapun jenis-jenis media sosial, yaitu⁵⁶:

a. Media jejaring sosial (*social networking*)

Media jejaring sosial ialah jenis media sosial yang paling populer. Media sosial ini memungkinkan antar penggunanya untuk berinteraksi satu sama lain. Contoh jenis media sosial jejaring sosial yang banyak digunakan adalah *WhatsApp* dan *Facebook*.⁵⁷

b. Jurnal online (*blog*)

Jenis media sosial blog ini merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi informasi, saling berkomentar dan mengunggah aktivitas mereka. Secara mekanis jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua, yaitu kategori *personal homepage* yang pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net dan yang kedua yaitu dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *weblog* gratis seperti, *wordpress* atau *blogspot*.⁵⁸

⁵⁶ Rulli Nasrullah, “*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*” (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 39-49.

⁵⁷*Ibid.*.

⁵⁸ *Ibid.*

c. Jurnal online sederhana atau microblog (*micro-blogging*)

Microblogging merupakan media sosial yang menyuguhkan penggunanya untuk menulis dan mempublikasikan aktivitasnya atau pendapatnya dengan maksimal 140 karakter. Contoh dari media sosial jenis *microblogging* yang banyak digunakan yaitu *Twitter*.⁵⁹

d. Media berbagi (*media sharing*)

Jenis media sosial ini merupakan media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk saling berbagi, mulai dari gambar, video, dokumen, audio atau yang lainnya. Adapun contoh *media sharing* adalah *Youtube*, *flickr*, *photo-bucket* atau *snafish*.⁶⁰

e. Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, mengelola, menyimpan dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs sosial *bookmarking* yang populer adalah *delicious.com*, *stumbleUpon.com*, *Digg.com*, *Reddit.com* dan untuk di Indonesia sendiri ada *LintasMe*.⁶¹

⁵⁹ Rulli Nasrullah, “*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*” (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 39-49.

⁶⁰*Ibid.*

⁶¹*Ibid.*

f. Media konten bersama atau Wiki

Wiki adalah media sosial yang berbentuk situs web yang secara program memungkinkan penggunanya untuk berkolaborasi dalam membangun konten secara bersama.⁶²

C. Informasi

Informasi adalah wawasan, pengetahuan, berita, data yang terdapat dalam buku, majalah dan internet. Sumber informasi diperoleh dari manusia baik dalam bentuk opini, ide, gagasan yang berupa pendapat, sikap, keyakinan serta tingkah laku seseorang. Dengan informasi manusia memiliki nilai lebih yaitu dapat mengetahui apa yang sudah, sedang dan akan terjadi di sekitar lingkungan kehidupan.⁶³

Menurut McLeod, informasi adalah data yang bermanfaat yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan yang tepat.⁶⁴ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi adalah kumpulan data yang telah diolah, diproses dan dimodifikasi sehingga data tersebut memiliki makna bagi penggunanya.

Adapun menurut Mulyanto kualitas informasi yaitu⁶⁵:

⁶² Rulli Nasrullah, “*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi*” (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 39-49.

⁶³ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 223.

⁶⁴ Aristo Hadi Sutopo, *Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 90.

⁶⁵ Agus Mulyanto, *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009). 92.

1. Akurat. Keakuratan informasi berkaitan dengan ketepatan dan keandalan informasi tersebut sehingga informasi yang akurat berarti tidak menyesatkan bagi pemakai informasi dan bebas dari kesalahan.
2. Tepat waktu, artinya informasi yang diterbitkan atau dihasilkan tidak boleh terlambat dikarenakan informasi yang terlambat akan mengurangi nilai maupun kualitasnya dan informasi merupakan landasan dalam pengambilan keputusan atau kebijakan.
3. Relevan, artinya informasi yang disampaikan harus bermanfaat bagi penggunanya dan informasi yang berkualitas yaitu yang relevan bagi penggunanya.
4. Ringkas. Keringkasan sebuah informasi berarti informasi tersebut sudah disajikan dan digolongkan dalam format yang tidak terlalu detail sehingga tidak membingungkan para penikmat atau pemakai informasi.
5. Jelas. Informasi yang jelas menunjukkan tingkat kemampuan informasi tersebut sudah digolongkan dan disediakan dalam format yang tidak terlalu rinci.
6. Dapat diukur. Informasi yang dapat diukur akan menambah nilai untuk sebuah informasi itu sendiri.
7. Konsisten. Sebuah informasi berhubungan dengan kemampuan untuk dapat dibandingkan dengan informasi sejenis dari fungsi

yang berbeda atau informasi yang sejenis dengan waktu yang berbeda.

Informasi juga memiliki fungsi secara umum, yaitu berikut beberapa fungsi informasi:

1. Menambah pengetahuan dan wawasan.
2. Mengurangi ketidakpastian, artinya informasi dapat membantu masyarakat untuk memprediksi apa yang akan terjadi.
3. Mengurangi resiko kegagalan, artinya informasi dapat membantu dalam menentukan langkah sehingga dapat memberikan prediksi yang akan terjadi.
4. Mengurangi keragaman versi yang tidak diperlukan, artinya informasi dapat mempercepat dalam pengambilan.
5. Keputusan karena mengurangi berbagai perbedaan seperti pendapat. Memberi standar, artinya informasi sebagai acuan, ukuran dan aturan sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan rencana dan tujuan yang diharapkan.

Informasi tidak sama dengan fakta atau kebenaran. Informasi memang bisa mengurangi ketidakpastian, namun sekaligus dapat menambah kebingungan. Informasi pun mempunyai sifat nyata dan juga tidak nyata, informasi nyata yaitu yang berasal dari suatu peristiwa yang benar-benar terjadi, sedangkan informasi tidak nyata yaitu yang berasal dari peristiwa yang tidak benar-benar terjadi. Oleh karena itu, informasi tidak sama dengan fakta. Informasi harus bermakna bagi seseorang,

meskipun tidak nyata adanya, namun masih berguna bagi orang-orang yang membutuhkannya.⁶⁶

Semua aspek kehidupan manusia merupakan bagian dari *input* dan *output* informasi secara terus menerus berproses dan berubah tingkatannya, baik dalam segi kepastiannya maupun ketidakpastiannya, dalam segi kebenarannya maupun ketidakbenarannya, dan dari segi dapat dipercaya atau sebaliknya.⁶⁷ Jenis informasi yang disampaikan juga beragam sesuai dengan fungsi dan kegunaannya, bidangnya hingga lokasi kejadiannya.

D. Mahasiswa

Menurut Hartaji sebagaimana dikutip oleh Nuraini mahasiswa adalah seseorang yang terdaftar di sekolah tinggi, institut, universitas atau sebagainya baik negeri maupun swasta dan sedang menuntut ilmu.⁶⁸ Seorang mahasiswa sebagai masyarakat kampus mempunyai tugas utama yaitu belajar seperti membuat tugas, makalah, membaca buku, presentasi, diskusi, mengikuti seminar, mengikuti organisasi-organisasi, dan kegiatan lainnya yang berkaitan dengan kekampusan.

Di samping tugas utama mahasiswa, mereka terdapat juga tugas lain yang lebih menyentuh terhadap makna mahasiswa itu sendiri, yaitu

⁶⁶ Pawit M. Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 19-20.

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ Kurnia Nuraini, Skripsi: “*Motivasi Berprestasi Mahasiswa Penyandang Tuna Daksa*” (Surabaya: UINSA, 2014), 18.

sebagai agen perubahan dan pengontrol sosial masyarakat. Tugas sebagai agen perubahan dan pengontrol inilah yang menjadikan dirinya sebagai harapan bangsa, yaitu menjadi orang yang dapat mencari solusi berbagai problematika yang sedang mereka hadapi.

Selain memiliki tugas, mahasiswa juga mempunyai hak dan kewajiban yang harus dijalankan, adapun hak seorang mahasiswa IAIN Ponorogo yaitu⁶⁹:

1. Mendapatkan bimbingan, arahan, dan dorongan dari dosen maupun pimpinan IAIN Ponorogo dalam mengaji dan mengembangkan Ilmu Pengetahuan sesuai dengan kaidah keislaman, keilmuan, etika, susila, dan tata tertib yang berlaku.
2. Memperoleh pelayanan yang sama, merata dan layak di bidang administrasi, akademik, pembinaan kemahasiswaan, dan kesejahteraan.
3. Memanfaatkan fasilitas IAIN Ponorogo dalam rangka penyelenggaraan kegiatan akademik maupun organisasi kemahasiswaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Menjadi anggota dan ikut serta dalam kegiatan organisasi kemahasiswaan di lingkungan IAIN Ponorogo.
5. Menyampaikan aspirasi berupa usul, saran, dan kritik secara proporsional dan bertanggung jawab.

⁶⁹ Kamaruddin Amin, *Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan 2018*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 98.

Adapun mahasiswa IAIN Ponorogo memiliki kewajiban, yaitu⁷⁰ :

1. Menjunjung tinggi ajaran agama Islam, Pancasila, UUD 1945 dan berjiwa akhlaqul karimah.
2. Menjaga tetap tegaknya tuntutan Tri Dharma Perguruan Tinggi di IAIN Ponorogo.
3. Ikut serta memelihara asset IAIN Ponorogo, menjaga kebersihan, ketertiban, dan keamanan kampus IAIN Ponorogo.
4. Mengikuti semua proses kegiatan akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Menciptakan suasana kampus yang harmonis, dinamis, dan egaliter.
6. Memelihara hubungan sosial yang baik dalam kehidupan bermasyarakat. menghargai pendapat dan karya orang lain.
7. Mengembangkan sikap saling menghargai, menghormati, tenggang rasa, tolong menolong, dan kerja sama yang baik antar civitas akademika IAIN Ponorogo.

Sebagai seorang mahasiswa, mereka juga mempunyai etika mahasiswa yang harus dijalankan. adapun etika seorang mahasiswa IAIN Ponorogo yaitu⁷¹:

1. Senantiasa menjadikan proses pembentukan diri sebagai calon pemimpin yang berbudi luhur dan berakhlaqul karimah.

⁷⁰Kamaruddin Amin, *Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan 2018*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 98.

⁷¹*Ibid*, 99.

2. Mendukung kebebasan akademik, mengembangkan sikap ilmiah, terbuka dan obyektif dalam menyampaikan gagasan, ide dan pendapat.
3. Mengembangkan sikap empati dan simpati dalam bekerja sama dengan seluruh masyarakat kampus.
4. Mengembangkan kepekaan sosial terhadap masalah-masalah yang terjadi di lingkungan serta tanggap dan cepat dalam mengupayakan alternatif pemecahannya.
5. Selalu siap untuk mempelajari dan mendalami berbagai alternative profesi yang berguna untuk kehidupan yang akan datang.
6. Berdisiplin tinggi terhadap pemberdayaan berbagai kecerdasan, yang meliputi kecerdasan akademik, spiritual dan manajerial.

Mahasiswa sebagai orang yang berpendidikan, jenius, dan jeli harus bisa menjalankan hidupnya secara seimbang. Sebagai seorang anak, seorang mahasiswa, serta harapan masyarakat. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) berusaha memadukan ilmu komunikasi dengan penyiaran dan dakwah Islam. Dengan adanya program studi KPI ini bertujuan melahirkan sarjana yang menguasai teknologi informasi dan komunikasi dalam menyiarkan serta mendakwahkan nilai-nilai Islam.

PONOROGO

E. Teori *Uses and Gratification*

Pada kajian komunikasi terdapat teori yang bernama *uses and gratification*, teori ini pertama kali dikenalkan oleh Harbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communications: Current Persectives on Gratification Research..* Garis besarnya, teori ini membahas tentang pengguna media yang memainkan peran aktif dalam memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya, di dalam kebutuhan akan informasi, pendidikan, ataupun hiburan. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Teori ini ialah kebalikan dari teori peluru. Di dalam teori peluru, media sangat aktif dan memiliki wewenang untuk mengontrol dan mempengaruhi audiens. Sementara di dalam teori *uses and gratification* audiensi aktif untuk memilih media mana yang dapat memuaskan kebutuhannya, artinya audiensi memiliki wewenang dalam memberlakukan sebuah media.⁷²

Pengguna media dapat menentukan maupun memilih sendiri media mana yang akan digunakan. Pada teori ini pengguna media berusaha mencari media yang bisa dipercaya dan dapat memenuhi kebutuhannya,

⁷² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 191-192.

salah satunya yaitu dalam memenuhi kebutuhan informasi edukatif. Pemenuhan kebutuhan informasi ini dapat dilakukan dengan membaca berita-berita, melihat video-video atau yang lainnya melalui sebuah media.⁷³

Di dalam teori *uses and gratification* audiensi dilihat sebagai pengguna aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggungjawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Katz, Blumler dan Gurevitch menjelaskan teori *uses and gratifications* yaitu⁷⁴ :

1. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak memiliki peran dalam menggunakan media dan mereka mempunyai tujuan. Dalam perspektif teori ini, khalayak dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan seorang individu tidaklah sama.
2. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak, artinya khalayak secara bebas memilih media dan berbagai programnya yang terbaik agar bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhan. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan oleh media belum tentu akan memenuhi kepuasan *audience*,

⁷³ Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2016), 135.

⁷⁴ Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), 12-14.

dikarenakan *audience* adalah pihak aktif yang akan menilai apakah sebuah media tersebut dapat memuaskan kebutuhannya atau tidak.

3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya, artinya media bukan satu-satunya sumber pemuas dan media akan terus berusaha memenuhi kepuasan audien dengan berbagai macam cara.
4. Masyarakat mempunyai kesadaran diri dalam penggunaan media tersebut. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan. Artinya, masyarakat yang baik dan terdidik akan memilih media yang dapat memperkuat nilai-nilai yang mengandung dan mendukung ilmu pengetahuan.
5. Penilaian tentang isi dari media hanya dapat dinilai oleh pengguna ataupun khalayak. Menurut J.D Raybun dan Philip Palmgreen, seseorang yang membaca surat kabar tertentu tidak berarti mendapatkan kepuasan dengan surat kabar yang dibacanya karena mungkin hanya surat kabar itu saja yang tersedia. Akan tetapi ia akan beralih ke surat kabar lain jika ia mendapat kesempatan memperoleh surat kabar lain.⁷⁵

Teori ini berfokus kepada *audience*, yaitu bagaimana *audience* memilih media yang mereka inginkan. Dimana mahasiswa merupakan

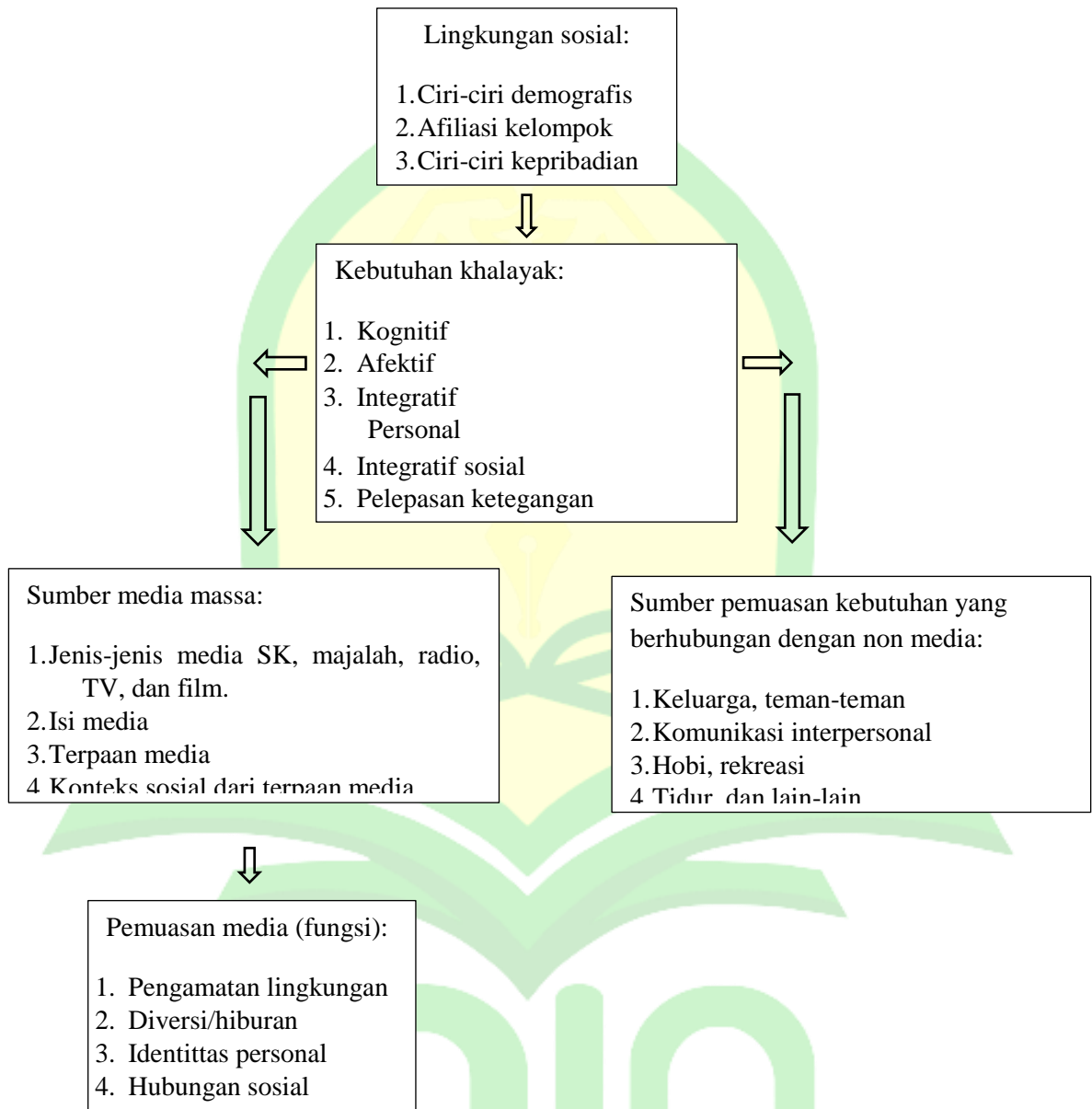
⁷⁵ J.D, 2 dan P.C Palmgreen, *Merging Uses and Gratification and Expentacy Value*, (Communication Research, 1984), hlm 537-56 dalam Morissan, *Psikologi Komunikasi* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013), 266.

audience/khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan serta keinginan yang berbeda-beda di dalam mengkonsumsi sebuah media. Blumer dan Katz mempercayai bahwa khalayak mempunyai banyak alasan untuk menggunakan sebuah media. Khalayak sadar akan kebutuhan mereka dan bagaimana cara mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Akan tetapi peran sebuah media disini hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan mereka, yang bagaimanapun mereka bisa jadi menggunakan media tersebut atau tidak menggunakannya dan memilih cara lain dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Menurut pendapat teori ini, pengguna media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan sebuah media dan bagaimana media itu berdampak pada dirinya. Teori ini juga berpendapat bahwa media dapat mempunyai dampak yang tidak baik di dalam kehidupan mereka. Dampak buruk tersebut dapat berupa bentuk perilaku ataupun yang berhubungan dengan pemilihan tontonan yang dipilih atau dilakukan oleh para *audience*.⁷⁶



⁷⁶Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 192.

Teori *uses and gratification* bekerja dalam beberapa cara yang bisa dilihat dalam bagan dibawah ini



2.1 Bagan Teori Model Pendekatan Kegunaan dan Kepuasan⁷⁷

⁷⁷ Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), 23.

Model ini berawal dari kondisi di sekitar yang meliputi ciri-ciri demografi seperti umur, bangsa, jenis kelamin, afiliasi kumpulan dan ciri-ciri pribadi. Katz et.al didalam penelitiannya di Israel menemukan bahwa keperluan yang berkaitan dengan media terkait erat dengan umur dan taraf Pendidikan. Menurut Katz et.al keperluan-keperluan khalayak dikategorikan sebagai:

1. Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat atau keinginan untuk memahami dan menguasai lingkungan, serta memuaskan rasa penasaran dan dorongan ingin tahu.
2. Kebutuhan afektif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan keindahan, estetika dan pengalaman emosional. Keindahan dan hiburan merupakan motivasi dan dapat dipenuhi oleh media.
3. Kebutuhan pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal itu bisa diperoleh dari hasrat akan harga diri.
4. Kebutuhan sosial secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan pengukuhan hubungan dengan keluarga, teman, dan dunia sekitar. Hal tersebut didasarkan pada keinginan seseorang untuk berafiliasi dengan teman-teman.
5. Kebutuhan pelepasan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghilangkan atau mengurangi tekanan, ketegangan, dan keinginan

untuk menghindar dari masalah yang dihadapi atau untuk melupakan sesuatu yang kurang menyenangkan.⁷⁸

Terdapat dua sumber yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan khalayak yaitu sumber bukan media dan sumber media massa. Sumber bukan media adalah keluarga, teman-teman, hubungan antar pribadi, melibatkan diri dengan hobi-hobi ataupun tidur. Sedangkan sumber yang kedua ialah dari media massa. Terdapat beberapa variabel penggunaan media yang membawa kepuasan terhadap media. Menurut Katz, et, al variabel yang dimaksudkan ialah⁷⁹:

1. Isi media seperti berita, drama, *soap opera*, cerita-cerita dan lainnya.
2. Jenis media seperti surat kabar, radio, televisi dan film.
3. Konteks sosial terhadap terpaan media seperti penggunaan media di rumah atau bioskop, seorang diri atau secara berkelompok.

Keperluan-keperluan khalayak ini dapat dipenuhi dengan fungsi media. Adapun tiga kategori fungsi media menurut Laswell yaitu pertama, media memberikan informasi mengenai alam sekeliling kita atau dikenali sebagai pengawasan. Kedua, hubungan antara bagian-bagian dalam masyarakat sebagai reaksi terhadap sekeliling dan yang ketiga adalah kelangsungan warisan dari satu generasi ke generasi yang lain. Wright menambahkan satu fungsi lagi yaitu fungsi hiburan. Fungsi-fungsi media yang diberikan Laswell dan Wright dianggap telah

⁷⁸Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 194-195.

⁷⁹Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), 24.

memenuhi keperluan-keperluan khalayak. Keperluan kognitif dapat dicapai atau dipenuhi dengan fungsi pengawasan. Keperluan afektif dapat dipenuhi dengan pengalihan dan fungsi hiburan. Keperluan integratif personal dapat dipenuhi oleh fungsi identitas diri dan keperluan integratif sosial dapat dipenuhi oleh fungsi hubungan sosial.⁸⁰



⁸⁰Humaizi, *Uses and Gratification Theory*, (Medan: USU Press, 2018), 25.

BAB III

PAPARAN DATA

A. Deskripsi Data Umum

1. Sejarah Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah

Keberadaan kampus IAIN Ponorogo tidak dapat terlepas dari Akademi Syariah Abdul Wahhab (ASA), yang didirikan oleh KH. Syamsudin dan KH. Chozin Dawoedy pada tanggal 1 Februari 1968, yang kemudian dinegerikan dengan nama Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel di Ponorogo pada 12 Mei 1970 dengan menyelenggarakan Progam Sarjana Muda. Selanjutnya pada tahun 1985 menyelenggarakan progam Sarjana (S-1) dengan membuka Jurusan Qodlo' dan Muamalah Jinayah.⁸¹

Sejak tahun 1997 Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel di Ponorogo berdiri sendiri menjadi Jurusan Syariah dengan seiring bergantinya status menjadi STAIN Ponorogo dan dibukanya Jurusan Tarbiyah dan Jurusan Ushuludin. Pada tahun 2016, STAIN Ponorogo berkembang menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo dan dengan diiringi perubahan jurusan Ushuludin menjadi Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah (FUAD) yang mempunyai tiga jurusan yakni Ilmu Al-Quran dan Tafsir (IAT), Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), dan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI).⁸²

⁸¹ Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Tahun Akademik 2018/2019, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 19-20.

⁸² *Ibid*

FUAD sebagai fakultas yang baru telah mengalami *progress* cukup signifikan, mulai dari aspek penguatan kelembagaan, penguatan keilmuan, maupun dalam penguatan pelayanan akademik kepada mahasiswa. Perubahan ini dapat dilihat dari kurikulum yang penyusunannya telah disesuaikan dengan peraturan yang berlaku, yaitu Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SNPT) dan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), dan integrasi keilmuan keislaman dan umum. Bukti lainnya yaitu tingginya potensi alumni pada dunia kerja, khususnya lembaga-lembaga pendidikan, penyiaran, dan penyuluhan baik di negeri maupun swasta.

Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo dalam pengembangan keilmuannya telah dilengkapi dengan sarana dan prasarana penunjang berupa Laboratorium IAT, Laboratorium KPI, Laboratorium BPI, Rumah Jurnal, dan Lembaga Pendidikan dan Pengkajian Al-Quran (LP2Q). Berbagai kegiatan berbasis laboratorium telah dilaksanakan oleh mahasiswa FUAD. Direncanakan pengembangan kelembagaan FUAD akan terus dilakukan guna memenuhi kebutuhan peningkatan kompetensi mahasiswa dan pencapaian visi dan misi Fakultas.⁸³

⁸³ Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Tahun Akademik 2020/2021, 19-20.

2. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

a. Profil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Nama Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Ijin Penyelenggaraan : Keputusan Direktur Jenderal

Jurusan Pendidikan Islam Nomor 1191

Tahun 2012 Tertanggal 13 Agustus

2012

Akreditasi Jurusan : Terakreditasi BAN-PT Dengan

Peringkat Nilai (B) Sejak 16 April

2019 sampai dengan 16 April 2021

Berdasarkan Keputusan BAN-PT

No.940//SK/BAN-

PT/Akred/S/IV/2019

Gelar Akademik Beserta : Sarjana Sosial (S.Sos)

Singkatannya

Jenis Pendidikan : Akademik

Progam Pendidikan : Progam Sarjana (Level 6)

Bahasa Pengantar Kuliah : Bahasa Indonesia

Masa Studi : Paling lama 7 tahun akademik

Alamat : Jln. Puspita Jaya, Pintu, Jenangan,

Ponorogo⁸⁴.

⁸⁴ Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Tahun Akademik 2021/2022, 34.

b. Visi, Misi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam⁸⁵

1) Visi

Menjadi program studi yang menghasilkan sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam yang transformatif, untuk mewujudkan masyarakat madani di bidang jurnalistik dan *broadcasting* pada tahun 2022.

2) Misi

a) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran yang transformatif di bidang jurnalistik dan *broadcasting* baik teori maupun praktik.

b) Melaksanakan penelitian untuk memperkuat dakwah transformatif di bidang jurnalistik dan *broadcasting*.

c) Melaksanakan pengabdian masyarakat di bidang jurnalistik dan *broadcasting*.

d) Melaksanakan kerja sama baik dengan lembaga dalam negeri maupun luar negeri untuk memperkuat dakwah transformatif di bidang jurnalistik dan *broadcasting*.

c. Tujuan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam⁸⁶

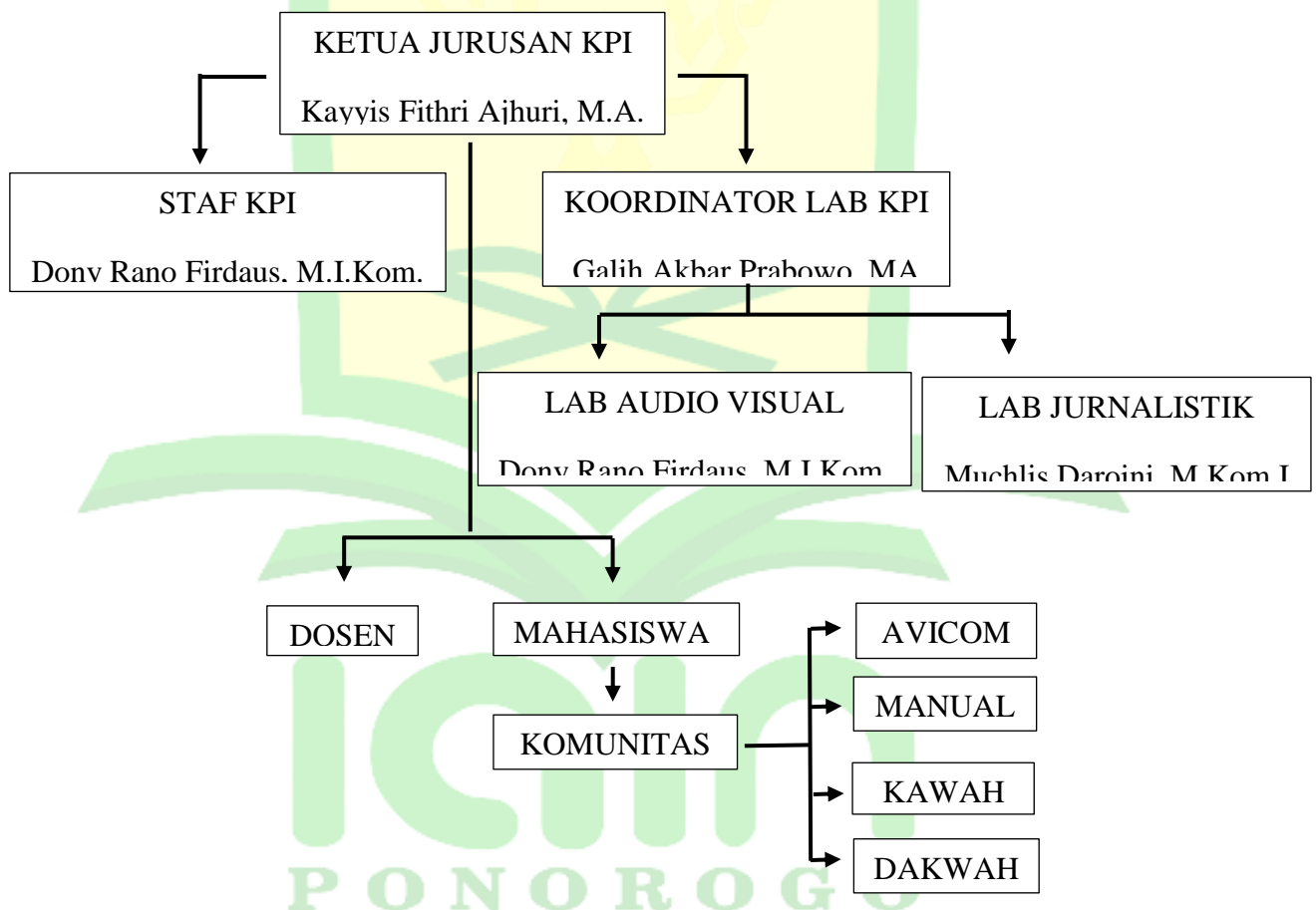
1) Terselenggaranya Pendidikan dan pembelajaran yang transformatif di bidang jurnalistik dan *broadcasting* baik teori maupun praktik.

⁸⁵ Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Tahun Akademik 2021/2022, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 35.

⁸⁶ *Ibid*

- 2) Terlaksananya penelitian untuk memperkuat dakwah transformatif di bidang jurnalistik dan *broadcasting*.
- 3) Terlaksananya pengabdian masyarakat di bidang jurnalistik dan *broadcasting*.
- 4) Terjalinnnya kerjasama yang baik dengan lembaga dalam negeri maupun luar negeri untuk memperkuat dakwah transformatif di bidang jurnalistik dan *broadcasting*.

d. Struktur Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam⁸⁷



3.1 Bagan Struktur Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

⁸⁷ Hasil Wawancara 01/W/30-03/2022.

e. Profil Lulusan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

1) Profil Utama

Profil utama lulusan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah sebagai *broadcaster*, manajer media, dan jurnalis yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidangnya serta mampu melaksanakan tugas dan bertanggung jawab berlandaskan ajaran dan etika keislaman, keilmuan dan keahlian.⁸⁸

Tabel 3.1 Profil Lulusan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam⁸⁹

No	Profil Lulusan	Deskripsi Profil Lulusan
1.	<i>Broadcaster</i>	Sarjana sosial yang memiliki kemampuan kerja sebagai <i>broadcaster</i> , penguasaan pengetahuan bidang <i>broadcaster</i> , kemampuan manajerial dan bertanggung jawab sebagai <i>broadcaster</i> yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidangnya serta mampu melaksanakan tugas dan bertanggung jawab berlandaskan ajaran dan etika keislaman, keilmuan dan keahlian.
2.	Jurnalis	Sarjana sosial yang memiliki kemampuan kerja sebagai jurnalis, penguasaan pengetahuan bidang

⁸⁸ Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Tahun Akademik 2021/2022, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 36.

⁸⁹ *Ibid*, 35.

		jurnalis, kemampuan manajerial dan bertanggung jawab sebagai jurnalis yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidangnya serta mampu melaksanakan tugas dan bertanggung jawab berlandaskan ajaran dan etika keislaman, keilmuan dan keahlian.
3.	Manajer Media	Sarjana sosial yang memiliki kemampuan kerja sebagai manajer media, penguasaan pengetahuan bidang jurnalis, kemampuan manajerial dan bertanggung jawab sebagai manajer media yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidangnya serta mampu melaksanakan tugas dan bertanggung jawab berlandaskan ajaran dan etika keislaman, keilmuan dan keahlian.

B. Deskripsi Data Khusus

1. Deskripsi Media Sosial yang Digunakan oleh Mahasiswa KPI Angkatan 2021

Salah satu produk yang lahir dari penggunaan internet ialah media sosial. Dengan media sosial, segala bentuk penyebaran informasi, pertukaran pesan dan interaksi dapat dilakukan melalui konten visual, audio, bahkan audiovisual. Ada banyak jejaring sosial yang populer dan memiliki banyak pengguna khususnya di kalangan

mahasiswa. Hampir semua mahasiswa saat ini pasti memiliki akun media sosial. Kebutuhan untuk berkomunikasi dengan orang lain adalah salah satu faktor alasan mahasiswa atau pengguna tidak dapat dipisahkan dari penggunaan media sosial. Adapun media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa KPI kelas E Angkatan 2021 Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yaitu:

Tabel 3.2 Dokumen hasil wawancara terkait penggunaan media sosial⁹⁰

No	Nama Mahasiswa	Media sosial yang sering dipakai	Media sosial yang digunakan dalam mencari informasi
1.	Ajeng	<i>Instagram, WhatsApp, YouTube, Twitter.</i>	<i>Instagram dan YouTube.</i>
2.	Rivaldi	<i>Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube.</i>	<i>Facebook dan Instagram.</i>
3.	Siti Mudholifa	<i>WhatsApp, Instagram, YouTube, Tiktok.</i>	<i>Instagram dan YouTube.</i>
4.	Winda Febri	<i>Tiktok, Twitter, WhatsApp.</i>	<i>Twitter dan Tiktok.</i>
5.	Shelvia	<i>Instagram, YouTube, WhatsApp, Twitter.</i>	<i>Instagram dan YouTube.</i>
6.	Zaky Pandu	<i>Instagram, WhatsApp, YouTube.</i>	<i>Instagram dan YouTube.</i>
7.	Tsaniya	<i>WhatsApp, Instagram.</i>	<i>Instagram.</i>
8.	Shalsa	<i>Twitter, YouTube, WhatsApp.</i>	<i>Twitter dan YouTube.</i>
9.	Tarizhatul	<i>WhatsApp, Instagram, YouTube, Facebook.</i>	<i>YouTube.</i>
10.	Rima Arifatul	<i>WhatsApp, Tiktok, YouTube.</i>	<i>YouTube, WhatsApp, dan Tiktok.</i>
11.	Yuyun Julia	<i>Instagram, WhatsApp, YouTube.</i>	<i>WhatsApp dan YouTube.</i>

⁹⁰ Dokumen hasil wawancara

2. *Style* Penggunaan Media Sosial Dalam Mengakses Informasi oleh Mahasiswa KPI Angkatan 2021

Berkembangnya teknologi dan arus informasi membuat masyarakat lebih bebas atau terbuka pada pengetahuan umum. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa perkembangan media saat ini ikut berperan aktif dalam gaya penggunaan media seseorang baik media *online*, elektronik dll. Gaya penggunaan media sosial juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi.

Mahasiswa di setiap harinya menggunakan berbagai macam media sosial untuk berkomunikasi, mencari hiburan, menambah wawasan dll. Akan tetapi terdapat beberapa alasan kebutuhan yang melatarbelakangi atau mendorong mahasiswa dalam menggunakan sebuah media sosial. Adapun salah satu alasan mahasiswa menggunakan media sosial untuk mencari informasi dibanding lainnya ialah kemudahan dalam mengakses. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Shelvilia dan Rima, mahasiswa KPI kelas E IAIN Ponorogo berikut ini:

“Saya menggunakan *Twitter*, *Instagram*, dan *YouTube* untuk mencari informasi, menambah wawasan pengetahuan yang dicari tetapi disini juga sebagai kebutuhan hiburan atau refreshing setelah seharian penat melakukan pekerjaan karena bagi saya media sosial tersebut yang mudah diakses, luas, lengkap apa aja ada dan di *Youtube* yang *terupdate* tentang kabar terkini.”⁹¹

“Saya menggunakan medsos *YouTube*, *WhatsApp*, dan *Tiktok* sebagai wadah mencari informasi dan hiburan karena mudah

⁹¹ Hasil wawancara 08/W/11-04/2022.

diakses, merasa lebih lengkap dan informasinya mudah dipahami.”⁹²

Selain alasan jangkauan informasi yang lebih luas dan kemudahan dalam mengakses, dengan media sosial seseorang juga dapat terbantu dan lebih faham karena tersedianya audio, video maupun gambar di dalam media sosial tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan mahasiswa KPI, Tarizhatul berikut ini:

“Saya mencari informasi itu melalui *YouTube* yang paling sering itu untuk hiburan tapi untuk mencari informasi, menambah wawasan juga penting jadi saya imbangi dan kalau kebutuhan untuk mencari informasi dan wawasan itu karena penting dan harus jadi ya memilih menggunakan medsos tersebut supaya lebih mudah dan memilih *YouTube* untuk akses informasi dikarenakan lebih luas informasi yang didapat, lebih mudah mencari informasi karena berupa bacaan, gambar atau video ataupun lainnya yang tersedia, bahkan sekarang channel berita TV pun juga punya *YouTube* dan mengunggah informasinya disana, jadi saya lebih sering menonton video di *YouTube* untuk mencari informasi lebih mudah karena di *YouTube* kan berupa bacaan, gambar atau video yang tersedia sebagai pintasan.”⁹³

Shalsa, seorang mahasiswa KPI IAIN Ponorogo yang menggunakan media sosial dikarenakan untuk kebutuhan hiburan, wawasan dan pengetahuan serta juga menambah informasi dan dia memilih media sosial *Twitter* dan *YouTube* sebagai media informasi dikarenakan informasi yang disajikan cukup jelas dan lengkap serta *Twitter* tingkat hoax lebih sedikit.

“Menurut saya beberapa *channel YouTube* dapat dengan mudah dipahami, memberikan informasi yang cukup jelas, detail, dan lengkap karena tidak dibatasi durasi, untuk *Twitter* menurut

⁹² Hasil wawancara 21/W/26-04/2022.

⁹³ Hasil wawancara 18/W/23-04/2022

saya tingkat hoaknya lebih sedikit dibanding dengan *platform* lainnya dan selalu *update* setiap waktu.”⁹⁴

Selain menjadi tempat untuk berkomunikasi dan menyebarkan konten sebagai hiburan, media sosial *YouTube* juga kerap digunakan para penggunanya untuk mencari materi-materi edukatif yang dapat menunjang akademik perkuliahan. Seperti halnya yang diungkapkan oleh mahasiswa Ajeng berikut ini:

“Karena media sosial sekarang lebih canggih kayak *YouTube* dan *Instagram* yang ketika kita mencari bisa langsung menunjukkan informasi yang insyaallah tepat dan juga menurut aku media sosial sekarang kan juga kerap digunakan untuk memberikan materi-materi edukatif jadi ya aku mengakses informasi di setiap hari karena agar tidak tertinggal informasi-informasi yang akan datang supaya tidak menjadi manusia tertindas..eheehhe.”⁹⁵

Beberapa manfaat atau hasil yang didapatkan pengguna media sosial adalah salah satunya bisa mendapatkan sebuah pengetahuan atau wawasan terbaru, misalnya resep masakan, tutorial menjahit, atau wawasan tentang pendidikan. Hal tersebut diakui oleh Rima, mahasiswa KPI Angkatan 2021 berikut ini:

“Saya di medsos itu mencari banyak hal, contohnya kan saya hobi jahit jadi saya sering melihat tutorial-tutorial menjahit, salah satunya menjahit rok, terus untuk kebutuhan perkuliahan itu kayak membuat sitasi dari jurnal dan kadang juga mencari bahan seputar tugas kuliah atau tips and trik dan hack life, bagaimana membuat cv yang baik dll.”⁹⁶

Selain itu dengan media sosial *YouTube* Ajeng, seorang mahasiswa KPI Angkatan 2021 juga mendapatkan manfaat,

⁹⁴ Hasil wawancara 11/W/20-04/2022

⁹⁵ Hasil wawancara 02/W/09-04/2022

⁹⁶ Hasil Wawancara 11/W/20-04/2022

contohnya yaitu berita-berita terbaru, informasi tentang pergerakan belahan dunia dan mempunyai pandangan terkait bidang pekerjaan apa saja yang cocok dengan jurusan yang sedang dia jalani sekarang.

“Banyak contohnya aku pernah cari mengenai jurusan saya sendiri, terus tutorial cara membuat footnote, sama kadang-kadang juga iseng ingin tahu nantinya aku itu bisa bekerja dibidang apa saja yang sesuai dengan jurusan yang saya tekuni sekarang”⁹⁷



Gambar 3.1 Capture informasi yang dicari Ajeng melalui YouTube.

⁹⁷ Hasil Wawancara 02/W/09-04/2022

Kemudian dengan media sosial *YouTube* dan *Instagram* mahasiswa KPI Angkatan 2021 Shelvilia, dapat belajar tentang dunia per komputeran yang sebelumnya tidak diketahuinya. Misalnya seperti serba serbi *Microsoft word* atau tutorial-tutorial cara memperbaiki sesuatu.

“Biasanya saya mencari info di medsos itu tentang *entertainment*, cuaca, tutorial cara memperbaiki sesuatu seperti mengatasi wifi lemot, membuat daftar isi, cara mengatasi cursor laptop, cara memperbaiki font, cara membuat halaman, rekomendasi” website buat donlot ebook dll.”⁹⁸

Demikian pula mahasiswa Tarizhatul juga memanfaatkan media sosial *YouTube*, *Instagram*, dan *WhatsApp* dalam mencari informasi mengenai pengetahuan, berita yang sedang viral dan tugas kuliah yang belum dia ketahui.

“Yang saya cari itu berita yang sedang viral, berita harian, pengetahuan umum sehari-hari, tutorial-tutorial, informasi yang belum diketahui sebelumnya seperti tugas mata kuliah yang mengharuskan search di media sosial, contohnya tentang penyiaran radio.”⁹⁹

Hal yang berbeda diungkapkan oleh Shalsa, mahasiswa KPI Angkatan 2021 yang menggunakan *Twitter* untuk mencari tahu informasi mengenai berita terkini maupun tips dan trik kehidupan.

“Saya biasanya mencari tau tentang berita-berita terkini, tutorial yang berkaitan dengan tips dan trik, pengkajian sebuah masalah, tentang bagaimana *podcast* dll tetapi saya bukan yang langsung materi gitu kak tapi lebih suka akses yang ngobrol kek gini tapi ngga keluar jalur bahasnya.”¹⁰⁰

⁹⁸ Hasil Wawancara 08/W/11-04/2022

⁹⁹ Hasil Wawancara 18/W/23-04/2022

¹⁰⁰ Hasil Wawancara 11/W/20-04/2022

Hal yang sama diungkapkan oleh Winda yang menggunakan *Twitter*, *Tiktok*, dan *Instagram* untuk mencari informasi dikarenakan sumbernya terpercaya dan paling *update* dibanding dengan lainnya.

”Saya menggunakan medsos itu untuk kebutuhan hiburan karena emang di IG kadang suka muncul di *explore* video-video lucu yang bisa melepas penat dari kegiatan serius sehari-hari. Kebutuhan nyari informasi ofc bangeett, kayak yang aku bilang di IG tuh selalu *available* berita-berita teraktual. Nyari wawasan juga iya karena kalo kita *search* di IG kan ada khusus konten wawasan berupa video maupun tulisan-tulisan yang *out of the mind* banget, nah disitu kadang bisa jadi *insight* kita semisal ada info yang bermanfaat. Kalau untuk alasan akses informasi di IG dan Tiktok karena menurut aku jangkauan informasinya lebih luas aja sih dibanding wasap dan *YouTube* dan dapat menambah *insight* jika terdapat informasi yang bermanfaat sama menurutku sumbernya terpercaya dan paling *update* dibanding lainnya.”¹⁰¹

Penggunaan yang mudah pada media sosial memungkinkan pengguna memanfaatkannya sebagai penyedia informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka dan sebagai sarana komunikasi serta hiburan bagi para penggunanya. *Instagram* contohnya sebagai media sosial yang menyediakan gambar dan *caption* tentu menjadi lahan yang luas untuk dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai berbagai sarana. Seperti halnya yang diungkapkan Zaky berikut ini:

“Alasan saya menggunakan IG untuk mencari info itu karena mudah diakses, kemudian terdapat gambar dan *caption* sekaligus dan sekarang kebanyakan orang menggunakan *Instagram*, sehingga informasi apapun sangat *update*.”¹⁰²

Selain kemudahan dalam mengakses, *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang memberikan informasi yang lebih cepat

¹⁰¹ Hasil wawancara 07/W/11-04/2022

¹⁰² Hasil wawancara 09/W/15-04/2022

dibandingkan dengan lainnya, oleh karena itu banyak masyarakat yang memanfaatkan *Instagram* sebagai media informasi. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan Rivaldi berikut ini:

“Tujuan saya menggunakan media sosial *Instagram* sebagai sarana informasi, edukasi dan hiburan dan alasannya mungkin karena sekarang mudah sekali akses informasi melalui jaringan internet yang kita punya apalagi dengan perkembangan di *Instagram* yang lebih cepat dibanding lainnya yang membuat banyak orang semakin memiliki *instagram* sebagai media informasi.”¹⁰³

Tampilan yang menarik dan tidak membosankan pada *instagram* juga menjadi poin tambahan kenyamanan pengguna dalam memilih *instagram* sebagai sarana dalam mengakses informasi. Seperti halnya yang diungkapkan Tsaniya berikut ini:

“Saya memilih *Instagram* sebagai tempat mencari info itu karena lebih banyak akun-akun yang menyediakan sumber informasi dan kebutuhan pendukung untuk hiburan dan saya menggunakan platform *Instagram* dalam melakukan pencarian awal untuk mendapatkan berita *terupdate* salah satu alasannya adalah media sosial *Instagram* merupakan media yang awam yang digunakan masyarakat Indonesia khususnya kaum milenial, jangkauannya juga lebih luas, kalau di wa kan hanya terpatok pada kontak kita saja kalau di *ig* kan semua hal bisa kita liat. Selain tampilan menarik dari media sosial tersebut, kecepatan dalam melakukan *update* berarti juga menjadi poin tambah dari kenyamanan saya mengakses informasi di media sosial tersebut.”¹⁰⁴

Sementara itu melalui media sosial penggunanya bisa mendapatkan informasi lebih dari satu sumber. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan Ifa berikut ini:

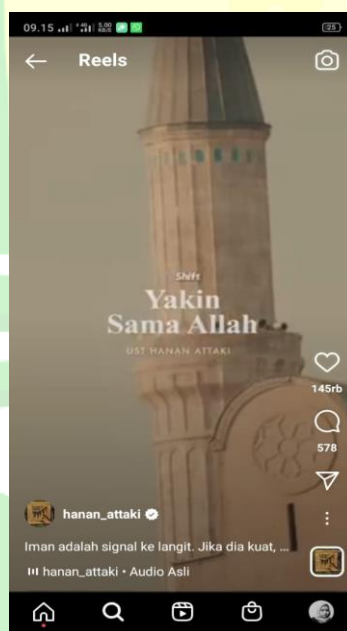
¹⁰³ Hasil wawancara 04/W/09-04/2022

¹⁰⁴ Hasil wawancara 10/W/15-04/2022

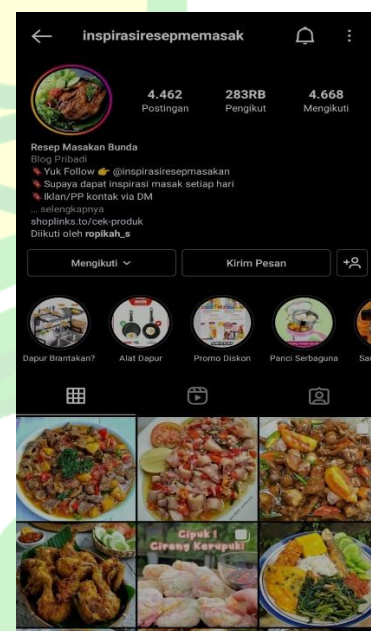
“Alasan saya memilih *Instagram* dan *YouTube* untuk mencari info itu krena informasi yang didapat lebih banyak serta tidak hanya dari 1 sumber saja jadi lebih puas, seneng.”¹⁰⁵

Saat ini pun banyak akun *Instagram* yang memberikan berbagai macam informasi bagi penggunanya, seperti ceramah atau kulture, *life hack* tentang mahasiswa, informasi tentang perkulineran, bahkan informasi mengenai pengetahuan alam. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Ifa berikut ini:

“Kalau untuk hiburan biasanya informasi gosip atau yang viral saat ini dari berbagai kalangan artis atau non artis, kuliner dan untuk pengetahuan seperti ceramah, kulture-kulture singkat, kata-kata motivasi hijra, webinar.”¹⁰⁶



Gambar 3.1 *Capture* informasi keagamaan yang didapatkan Ifa melalui *Instagram*.



Gambar 3.2 *Capture* Informasi kuliner yang dicari Ifa melalui *Instagram*.

¹⁰⁵ Hasil wawancara 03/W/11-04/2022

¹⁰⁶ *Ibid*

Dengan media sosial *Instagram*, seorang mahasiswa yang hobi olahraga dapat mencari dan memperoleh informasi mengenai olahraga dengan cepat. Seperti halnya mahasiswa KPI IAIN Ponorogo, Zaky Pandu berikut ini:

“informasi mengenai olahraga, berita-berita terbaru, informasi mengenai trend yang sedang banyak diperbincangkan. Untuk perkuliahan biasanya mengenai berita yang menunjang tugas kuliah.”¹⁰⁷

Bahkan mahasiswa saat ini menggunakan media sosial sebagai referensi dalam menyelesaikan tugas kuliah ataupun melihat kehidupan realita sosial dalam bangku perkuliahan. Seperti yang diungkapkan Rivaldi berikut ini:

“referensi dari mata kuliah yang sedang diikuti maupun realita sosial dalam perkuliahan”¹⁰⁸

Berbeda dengan mahasiswa lainnya, Tsaniya menggunakan *Instagram* untuk mencari informasi dengan melihat *flyer* berita dari salah satu portal dan informasi yang bertema kepribadian.

“Yang saya cari itu kadang berita terbaru dari portal, misalnya detik kemudian ada radar dan lain sebagainya yang dimana portal *website* yang menyediakan media sosial, nah biasanya saya lihatnya disitu untuk melihat *flyer* terlebih dahulu ada kejadian apa hari ini nah kemudian sekiranya menurut saya ada berita yang menarik nanti saya meluncurnya di *website* jadi di *Instagram* itu saya cuma melihat flyer, topik beritanya itu saja. Terkadang saya juga suka melihat edukasi yang bertema kepribadian seseorang karena saya senang dan kepo hal-hal yang berkaitan sama kepribadian.”¹⁰⁹

¹⁰⁷ Hasil Wawancara 09/W/15-04/2022.

¹⁰⁸ Hasil Wawancara 04/W/09-04/2022.

¹⁰⁹ Hasil Wawancara 10/W/15-04/2022.

Demikian mahasiswa Winda yang menggunakan *Twitter*, *Tiktok*, dan *Instagram* untuk melihat berita terkini, melihat kehidupan artis yang menurut dia cukup memberikan pengaruh yang baik di dalam kehidupannya.

“Berita terkini tentang pemerintahan, apapun deh yang lagi hangat dibicarakan bisa tentang olahraga, bisnis, *fashion*, info tentang *life hack* jadi mahasiswa, serba serbi ms.word, excel & powerpoint, beberapa *website* yang berguna untuk mencari referensi makalah/jurnal.”¹¹⁰

Media sosial modern telah banyak berkembang dan memiliki bentuk serta kegunaan yang semakin berkembang. *WhatsApp* salah satu contoh media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia. Beberapa hal telah membuktikan mengapa banyak orang menggunakan *WhatsApp*, salah satunya sangat mudah digunakan bahkan untuk pemula dan fitur yang disediakan sangat menarik serta lebih relevan digunakan untuk berdiskusi seperti halnya yang diungkapkan Yuyun berikut ini:

“Alasannya mungkin lebih ke otomatis saja ya, lebih sering buka wa gitu daripada yang lain. Ketika ada apa-apa otomatis langsung buka wa, bangun tidur buka wa gitu jadi lebih otomatis dan terbiasa sama wa, disisi lain juga lebih cepat akses dan juga bisa dibuat diskusi sama teman dan saya lebih percaya dikarenakan informasi langsung didapat dari temen atau dosen.”¹¹¹

Berbeda dengan mahasiswa lainnya, Yuyun menggunakan *WhatsApp* untuk mencari informasi dikarenakan di dalam *whatsapp* sendiri, terdapat fitur *video call*, telepon dan membuat sebuah grup

¹¹⁰ Hasil wawancara 06/W/11-04/2022.

¹¹¹ Hasil wawancara 22/W/26-04/2022.

yang memudahkan penggunaanya dalam berdiskusi atau bertukar pendapat.

“Saya biasanya mencari info tentang jadwal mata pelajaran/mata kuliah, pembayaran UKT, biasanya juga dipakek untuk diskusi, tanya ke temen dll karna ya tadi saya lebih percaya isi informasinya soalnya kan disampaikan langsung sama yang bersangkutan dan bisa komunikasi langsung.”¹¹²

Tabel 3.3. Style penggunaan media sosial oleh mahasiswa KPI Angkatan 2021.¹¹³

No	Nama Mahasiswa	Alasan	Informasi yang dicari
1.	Shelvia	Untuk menambah wawasan pengetahuan, di sisi lain untuk hiburan/refreshing setelah seharian penat melakukan pekerjaan dan di YouTube itu mudah diakses, luas, lengkap, apa aja ada dan juga terupdate tentang kabar terkini.	<i>Entertainment</i> , Serba-serbi <i>Microsoft Word</i> , tutorial memperbaiki kursor, mengatasi wifi lemot, cara membuat halaman, cara memperbaiki font, cara membuat daftar isi, dan rekomendasi-rekomendasi <i>website</i> untuk download e-book.
2.	Rima	media sosial salah satunya <i>YouTube</i> itu sebagai wadah mencari informasi dan hiburan karena mudah diakses, merasa lebih lengkap dan informasinya mudah dipahami.	Tutorial menjahit rok, membuat sitasi dari jurnal, bahan seputar perkuliahan, tips dan trik, <i>hack life</i> , dan juga bagaimana membuat CV yang baik
3.	Tarizhatul	Lebih mudah mencari informasi karena berupa audio dan visual dan lebih luas informasi yang didapat.	Berita yang viral, berita harian, pengetahuan umum, hal-hal yang berkaitan dengan penyiaran radio.

¹¹² Hasil Wawancara 22/W/26-04/2022.

¹¹³ Dokumen lihat transkrip wawancara.

4.	Shalsa	Mudah dipahami, tingkat hoaxnya lebih sedikit, memberikan informasi yang cukup jelas, detail, dan lengkap karena tidak dibatasi durasi, selalu <i>update</i> setiap waktu.	Tips dan trik, pengkajian sebuah masalah, <i>podcast</i> .
5.	Ajeng	Lebih canggih, sering digunakan untuk memberikan materi edukatif, dan tidak ingin tertinggal informasi supaya tidak menjadi manusia tertindas.	Cara membuat <i>footnote</i> , informasi tentang pekerjaan untuk kedepannya, berita yang lagi viral.
6.	Winda	Sebagai kebutuhan hiburan, mencari informasi, wawasan, alasannya jangkauan informasi lebih luas, sumber terpercaya, dan paling <i>update</i> .	Politik pemerintahan, <i>life hack</i> kehidupan, kehidupan artis yang memberikan pengaruh baik, pengetahuan, humaniora.
7.	Zaky Pandu	Mudah diakses, terdapat gambar dan <i>caption</i> yang menarik, dan informasi apapun <i>update</i> .	Olahraga, berita terbaru, informasi yang lagi trend diperbincangkan, tugas kuliah.
8.	Rivaldi	Mudah dalam akses informasi.	Referensi dari mata kuliah yang sedang diikuti maupun realita sosial dalam perkuliahan.
9.	Tsaniya	Media sosial ialah media yang awam digunakan oleh masyarakat Indonesia, jangkauannya lebih luas, tampilan menarik, cepat dalam melakukan <i>update</i> informasi.	Berita terbaru dari portal <i>online</i> , informasi tentang kepribadian seseorang.
10.	Siti Mudholifa	Informasi yang didapat lebih banyak, tidak hanya dari satu sumber saja.	Gossip atau yang viral, kuliner, ceramah, kultum-kultum singkat, kata-kata motivasi hijrah

11.	Yuyun	Lebih cepat akses, lebih percaya	Informasi perkuliahan
-----	-------	----------------------------------	-----------------------

3. Kelebihan dan Kekurangan media sosial

Setiap mahasiswa di dalam menggunakan media sosial memiliki perbedaan dalam penilaian terhadap suatu objek, termasuk dalam memberikan pendapatnya mengenai kelebihan dan kekurangan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi. Kelebihan dan kekurangan yang dirasakan mahasiswa pastinya sangat bervariasi dalam menggunakan sebuah media sosial sebagai sarana akses informasi.

Dari banyaknya kelebihan dan kekurangan media sosial, salah satu yang menjadi kelebihan media sosial ialah dapat diakses oleh penggunanya kapan saja dan dimana saja secara cuma-cuma. Akan tetapi dengan kemudahan akses di dalam media sosial juga dapat menimbulkan efek kecanduan terhadap dunia maya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Ajeng berikut ini:

“Kelebihannya gratis, mudah digunakan dan mudah dikelola. Kalo kekurangannya munculnya situs-situs yang tidak pantas, menyebabkan efek kecanduan, lebih simple, dan juga fleksibel karena dapat diakses dimana saja.”¹¹⁴

Selain menimbulkan efek kecanduan terhadap dunia maya, media sosial juga belum memiliki filter yang dimana menjadikan para penggunanya serakah dalam mengonsumsi informasi di dalam media serta masih banyak informasi yang belum tentu kebenarannya.

¹¹⁴ Hasil Wawancara 02/W/09-04/2022.

Oleh karena itu, sebagai pengguna media sosial yang bijak seharusnya terlebih dahulu menyaring kebenaran informasi yang ingin digunakan. Seperti halnya ungkapan Shelvilia berikut ini:

“Kekurangannya kurang dapat menyaring hal-hal negatif, tidak semua pertanyaan bisa ditemukan jawabannya, tidak adanya filter. Kalau kelebihannya dapat update terus tentang kabar terkini, informasinya mudah dipahami, banyak berbagai macam informasi edukasi tersedia disana.”¹¹⁵

Menurut Tarizhatul, mahasiswa KPI Angkatan 2021 kelebihan lain yang dimiliki oleh media sosial ialah tersedianya informasi berbentuk audio visual yang memudahkan bagi orang-orang yang kurang suka membaca.

“Kelebihannya banyak informasi yang didapatkan hanya dengan menggunakan hp tanpa perlu kemana-mana jadi lebih efisien waktu dan berbagai informasi melalui video bisa didapatkan, bagi yang kurang suka membaca sangat cocok menggunakan medsos ini, termasuk saya. Kekurangannya masih banyak berita *hoax* jadi harus pinter-pinter memilih berita dari *channel* yang tepat dan untuk kuota juga membutuhkan lebih banyak dibanding media sosial lain.”¹¹⁶

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Rima bahwasannya dengan media sosial banyak ragam informasi yang menarik karena disajikan dalam bentuk video maupun animasi.

“Untuk medsos sendiri kelebihannya banyak ragam informasi bisa kita temukan, dan menarik karena informasi diberikan dalam bentuk video dan animasi. Kekurangannya harus menggunakan kata kunci yang rinci untuk dapat menemukan informasi yang kita cari, tidak semua info bisa kita dapatkan, sama terdapat video yang menggunakan bahasa lain dan tidak ada *translate* indonesianya xixixi.”¹¹⁷

¹¹⁵ Hasil Wawancara 08/W/11-04/2022.

¹¹⁶ Hasil Wawancara 18/W/23-04/2022.

¹¹⁷ Hasil Wawancara 21/W/26-04/2022.

Dengan banyaknya ragam informasi yang diberikan oleh media sosial, akan tetapi terkadang masih ada banyak akun yang memberikan informasi atau konten tidak sesuai faktanya yang dapat mengakibatkan penonton tergiring informasi dari apa yang ditonton. Oleh karena itu pengguna media sosial harus bisa memilah-milah sumber informasi yang benar dan yang tidak. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan Shalsa dan Rivaldi berikut ini:

“Kelebihannya informasi yang diberikan cukup jelas dan lengkap karena itu tadi tidak dibatasi durasi sehingga tidak terpotong-potong atau setengah-setengah dalam memberikan informasi. Kekurangannya namun sayangnya ada beberapa *chanel YouTube* yang membuat *clickbait* kontennya tidak sesuai dengan informasi yang disampaikan dalam video *YouTube* tersebut, ya mungkin ini teknik per youtube an ya, saya kurang mengerti juga, tapi hal tersebut membuat penonton kecewa termasuk saya eheh. Di samping itu ada beberapa *chanel YouTube* yang menayangkan informasi tidak sesuai dengan faktanya, akibatnya disini penonton banyak yang tergiring informasi dari apa yang ditonton.”¹¹⁸

“Dengan mudahnya akses ke dalam media sosial tentu akan mudah pula informasi yang didapat. Akan tetapi dengan banyaknya sumber informasi pastinya ada yang sifatnya *hoax*, oleh karena itu kita harus dapat memilah dengan baik informasi yang ingin kita akses dan informasi yang disampaikan terkadang simpang siur, belum ada kejelasan.”¹¹⁹

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Ifa, bahwasannya kekurangan media sosial ialah banyaknya informasi *hoax* yang masih tersebar sebagaimana sebagai orang awam mungkin saja dapat menelan mentah-mentah sebuah informasi tanpa tahu kebenaran berita tersebut.

¹¹⁸ Hasil Wawancara 11/W/20-04/2022.

¹¹⁹ Hasil Wawancara 03/W/09-04/2022.

“Kekurangannya mungkin dari berbagai sumber tersebut informasinya pun berbeda terkadang ada yang dilebih-lebihkan, terus informasi yang kejadiannya udah lama di up lagi kan kasihan yang baru tau tentang berita itu, sama mungkin juga banyak berita yang tidak benar (*hoax*) yang kita sebagai orang awam bisa saja menelan mentah-mentah sebuah informasi tanpa tau kebenaran berita tersebut. Kelebihannya kita tau informasi yang mungkin dari media sosial lain belum ada dan informasi tersedia dalam bentuk audio visual sehingga pencari informasi dapat merasakan keadaan dalam informasi tersebut.”¹²⁰

Adapun mahasiswa Tsaniya yang mengungkapkan bahwasannya media sosial *Instagram* juga memiliki tampilan yang sederhana, simpel, menarik dan mudah di mengerti yang membuat media sosial ini mudah digunakan untuk segala usia.

“Kelebihannya si dalam segi tampilan kalau *instagram* menarik, akses mudah, cepat dan update konten tersedia banyak bentuk kita bisa filter privasi kita (misalnya adanya akun privat yang dimana kita bisa memilih mau connect sama siapa saja, terhubung ke siapa saja). Kekurangannya mungkin akses kuota lebih banyak dan di *Instagram* kalau kita like di salah satu postingan akun nantinya kita akan terus diarahkan sama postingan atau akun yang serupa dengan itu secara tidak sengaja kita digiring opini kita kesitu dan terkadang masih terdapat iklan-iklan dengan tampilan yang kurang pantas untuk dilihat.”¹²¹

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh mahasiswa Zaky Pandu bahwasannya media sosial khususnya *Instagram* dan *YouTube* memiliki kelebihan fitur-fitur yang beragam dan cukup menarik.

“Kelebihannya info bisa didapat secara lebih cepat dan *update*, info di medsos dapat membantu dalam bidang Pendidikan, dan terdapat fitur-fitur yang beragam, seperti adanya multiple post, video reels dll sehingga sangat menarik. Kekurangannya sebagian tidak adanya rujukan yang valid untuk dipertanggung jawabkan sebagai rujukan tugas kuliah dan masih banyak akun-

¹²⁰ Hasil Wawancara 05/W/11-04/2022.

¹²¹ Hasil Wawancara 10/W/15-04/2022.

akun yang menyebarkan informasi tidak sepenuhnya sehingga akan membuat atau menggiring opini masyarakat.”¹²²

Hal berbeda diungkapkan oleh Winda bahwasannya kekurangan dari media sosial yaitu informasi yang diberikan oleh media sosial memiliki sisi lain yang dapat membuat penggunanya berbeda pandangan terhadap informasi tersebut.

“Kelebihannya tadi itu sih, jangkauan informasinya lebih luas dan beragam, lebih percaya isi beritanya karena disampaikan langsung oleh yang bersangkutan. Kekurangannya sih balik ke diri sendiri aja kak, kadang kita kurang bisa memilah berita mana yang harus dikonsumsi. Belum lagi kalo uda kemakan hoax dan kita jadi nyebarin informasi yang belum bisa dipastikan kebenarannya, jadinya kan malah bahaya kak hihi ditambah lagi kita gatau mungkin ada another side yang membuat kita jadi beda pandangan sama informasi tersebut. Belum tentu juga kita ini bisa menggiring dengan baik informasi yang disampaikan melalui media sosial.”¹²³

Dengan kelebihan media sosial yang canggih memudahkan para mahasiswa dalam melaksanakan pembelajaran terutama dalam hal diskusi atau bertukar pendapat melalui jarak jauh. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Yuyun berikut ini:

“Kalau kelebihan banyak ya baik dari segi fitur, kegunaan dan kita bisa bertanya langsung kepada orang lain yang kita hubungi jadi mendapatkan informasi yang tepat, kalau untuk kekurangannya sendiri ngga semua informasi bisa kita dapatkan karena tidak semua orang di kontak saya memiliki informasi tersebut.”¹²⁴

¹²² Hasil Wawancara 09/15-04/2022.

¹²³ Hasil Wawancara 07/11-04/2022.

¹²⁴ Hasil Wawancara 21/26-04/2022.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Media Sosial yang Digunakan oleh Mahasiswa KPI Angkatan 2021 Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo dalam Mencari Informasi

Mahasiswa KPI Angkatan 2021 Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo khususnya kelas KPI E mayoritas menggunakan media sosial *Instagram*, *YouTube* dan *Twitter* untuk mencari sebuah informasi dan yang paling sedikit atau minoritas mahasiswa menggunakan media sosial *WhatsApp*, *Tiktok*, dan *Facebook* dalam mencari sebuah informasi.

B. Analisis Alasan Mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Akses Informasi

Dalam kerangka teori dijelaskan bahwa teori penggunaan dan kepuasan adalah teori tentang bagaimana khalayak aktif/audiens yang memilih media yang berbeda-beda sesuai dengan yang mereka inginkan. Mahasiswa dalam penelitian ini adalah sebagai khalayak yang menggunakan media sosial sebagai sarana akses informasi. Dari fenomena tersebut mengarahkan peneliti untuk berasumsi bahwa tentang penggunaan dan pemilihan media, teori *uses and gratification* cocok sebagai landasan dalam penelitian ini. Karena penelitian ini berfokus pada penggunaan media sosial.

Penggunaan teori *uses and gratification* dikaitkan dengan penggunaan media sosial dalam penelitian ini dimulai dari lingkungan sosial (*social environment*) yang menentukan kebutuhan audien. Lingkungan sosial tersebut meliputi ciri-ciri demografis, afiliasi kelompok, dan ciri-ciri kepribadian.

1. Ciri-ciri demografis

Ciri-ciri demografis ini adalah hal-hal yang secara langsung mempengaruhi keberadaan suatu masyarakat seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, tingkat pendidikan, agama dll. Perbedaan setiap audien mempengaruhi perbedaan ketertarikan terhadap informasi, sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi minat menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Contohnya, seperti anak-anak yang lebih tertarik melihat program tv kartun atau misalnya seorang mahasiswa yang akan lebih tertarik membaca berita tentang perkembangan teknologi, politik, gaya hidup dll.

Menurut peneliti dalam penelitian ini, dimana mahasiswa yang ingin memperoleh informasi seputar masalah perkuliahan, *life hack* kehidupan mahasiswa, tips dan trik dan lain-lain. Dalam hal ini, kebutuhan informasi setiap individu tingkatnya berbeda. Seperti halnya kebutuhan mahasiswa yang ingin mencari informasi yang sesuai dengan masalah yang dihadapi, contohnya informasi tugas kuliah, pengetahuan umum, informasi tentang keagamaan, kulineran, olahraga dan lain sebagainya. Dengan demikian, mahasiswa berharap informasi yang terdapat di dalam media sosial

dapat membantu menunjang ataupun memenuhi kebutuhan akademik maupun kebutuhan sosial.

2. Afiliasi kelompok

Yaitu melibatkan manfaat yang dicari dalam kelompok, kebiasaan dalam kelompok untuk memenuhi kebutuhan atau penggunaan sesuatu yang dapat memuaskan atau memenuhi kebutuhan dalam kelompok.

3. Ciri-ciri kepribadian

Karakteristik kepribadian ini adalah ciri kepribadian yang mencerminkan kelas sosial seseorang, gaya hidup dan kepribadian dalam kelas sosial masyarakat. Menurut peneliti, dalam hal ini mahasiswa memiliki berbagai tingkat kebutuhan informasi yang berbeda berdasarkan jenis informasi yang dimanfaatkan di dalam media sosial.

Dengan demikian seorang mahasiswa menggunakan media sosial dalam mencari informasi dikarenakan secara pribadi mahasiswa menggunakan media sosial tersebut karena sadar akan kebutuhan informasinya dan mengetahui bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut. Seperti contohnya seorang mahasiswa yang mencari tutorial memperbaiki kursor, mencari informasi untuk tugas kuliah melalui *YouTube* dikarenakan dia tahu bahwa dengan *YouTube* terdapat penjelasan yang lengkap, jelas dan contoh lainnya dengan *WhatsApp* mereka menggunakannya untuk

berdiskusi karena mereka sadar dan tahu bahwa dengan WhatsApp kegiatan berdiskusi bisa lebih efisien dan relevan.

Berikutnya dalam hal memenuhi kebutuhan pribadi diklasifikasikan sebagai kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan pribadi secara integrative, kebutuhan sosial secara integrative, dan kebutuhan pelepasan adalah sebagai berikut:

a. Kebutuhan Kognitif

Menurut peneliti dalam penelitian ini ditemukan bahwasannya mayoritas alasan mahasiswa menggunakan media sosial secara kognitif yaitu untuk mendapatkan sebuah informasi. Adapun contohnya dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Winda yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi melalui dikarenakan di dalam media sosial banyak berita-berita yang teraktual dan terdapat khusus konten wawasan berupa video maupun tulisan-tulisan yang *out of the mind*.¹²⁵

b. Kebutuhan Afektif

Menurut peneliti dalam penelitian ini, alasan secara afektif terkait dengan kebutuhan mahasiswa dalam menggunakan media sosial untuk mencari informasi karena akan adanya perasaan puas, nyaman, dan aman karena telah menerima atau mendapatkan informasi yang terpercaya. Adapun contohnya didalam penelitian ini ialah mahasiswa Tsaniya yang senang

¹²⁵ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 07/W/11-04/2022.

ketika mendapatkan informasi tentang kepribadian dikarenakan dia sangat menyukai hal-hal tentang kepribadian seseorang, serta kecepatan dalam melakukan *update* informasi dan tampilan yang menarik pada *Instagram* maupun *YouTube* juga dapat menambah perasaan nyaman bagi mahasiswa.¹²⁶ Jika juga mengungkapkan bahwa sumber informasi yang didapat lebih banyak atau lebih dari satu sumber juga menambah kepuasan terhadap mahasiswa.¹²⁷

c. Kebutuhan Pribadi secara Integratif

Menurut peneliti dalam penelitian ini alasan mahasiswa secara kebutuhan integrasi pribadi ialah mahasiswa Ajeng yang menggunakan media sosial karena ingin melihat atau mencari informasi baru dan *terupdate* karena dia tidak ingin tertinggal informasi dan tidak menjadi manusia yang tertindas.¹²⁸

d. Kebutuhan Sosial secara Integratif

Menurut peneliti dalam penelitian ini mayoritas alasan mahasiswa menggunakan media sosial secara kebutuhan integrasi sosial yaitu mereka menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dan berdiskusi dengan orang lain. Penemuan lainnya yaitu mahasiswa Tsaniya yang mengungkapkan bahwa media sosial sekarang ini awam digunakan oleh masyarakat khususnya kaum milenial. Jadi ketika seseorang mengunjungi

¹²⁶ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 10/W/15-04/2022.

¹²⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 05/W/11-04/2022.

¹²⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/09-04/2022.

atau mengikuti informasi dari salah satu akun secara tidak langsung sudah terhubung atau menambah kontak dengan dunia luar.¹²⁹

e. **Kebutuhan Pelepasan**

Menurut peneliti dalam penelitian ini alasan mahasiswa menggunakan media sosial secara kebutuhan pelarian yaitu rata-rata mahasiswa mencari hiburan setelah seharian penat mengerjakan tugas perkuliahan. Hal tersebut ialah sebagai perwujudan pencarian informasi untuk bersenang-senang, mendapatkan hiburan atau hanya mengisi waktu luang dengan mengunjungi media sosial dan sekedar *scrolling-scrolling* saja.

C. Analisis Hasil Informasi yang Dicari/didapatkan Mahasiswa Melalui Media Sosial

Mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Ponorogo dalam menggunakan media sosial tidak hanya digunakan sebagai media hiburan saja, tetapi juga sebagai sarana eksistensi diri, sarana diskusi, sarana mencari jati diri, serta sebagai media untuk mencari informasi guna menunjang akademik maupun perkuliahan. Hal itulah contoh penggunaan media sosial yang dapat ditiru.

¹²⁹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 10/W/15-04/2022.

1. Kebutuhan kognitif

Media sosial terbukti mampu menambah pengetahuan mahasiswa mengenai informasi yang ada di belahan dunia manapun. Keingintahuan pengguna akan berbagai hal dapat dipuaskan atau terpenuhi oleh konten yang ada di dalam media sosial.

Adapun hasil informasi edukatif yang didapatkan secara kognitif oleh mahasiswa melalui media sosial yaitu yang berkaitan dengan informasi perkuliahan seperti cara membuat sitasi dari jurnal, membuat daftar isi, membuat footnote, mencari bahan informasi untuk tugas, informasi tentang pengkajian sebuah masalah, trik-trik penulisan karya tulis dan informasi tentang podcast, informasi tentang penyiar radio, mengenai informasi tentang politik, tentang isu yang lagi hangat dibicarakan, informasi mengenai berita, dan informasi keagamaan seperti kultum singkat, informasi tentang jadwal mata kuliah, tugas dll.

2. Kebutuhan afektif

Kebutuhan afektif seseorang dapat diperoleh dari media sosial dengan tujuan memuaskan pikirannya sendiri. Adapun informasi yang dicari oleh mahasiswa secara afektif yaitu contohnya mengenai pengetahuan tentang kepribadian dan humaniora yang dimana mahasiswa Tsaniya dan Winda tersebut sangat tertarik dan ingin tahu. Mereka sangat senang dan bahagia ketika dapat menemukan informasi mengenai humaniora dan informasi yang berkaitan dengan kepribadian dalam sebuah akun. Dengan mengikuti akun tersebut

kebutuhan batin seorang mahasiswa kurang lebih terpuaskan karena sesuai dengan apa yang dia inginkan.

Seperti halnya juga mahasiswa Yuyun yang dapat percaya dengan informasi yang diberikan *WhatsApp* karena dengan media sosial tersebut dapat berdiskusi langsung dengan orang atau teman yang mengetahui dan penyampaiannya berbentuk langsung dari yang bersangkutan.¹³⁰

3. Kebutuhan pribadi secara integratif

Pencarian jati diri seseorang atau pencarian informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi pribadi dan menangani permasalahan yang dihadapi dapat diperoleh melalui media sosial. Seperti halnya contoh hasil informasi secara kebutuhan pribadi integratif yaitu Ajeng mahasiswa KPI yang ingin mengetahui tentang pekerjaan apa yang cocok untuk kedepannya yang sesuai dengan jurusan yang dia jalani sekarang, informasi tentang *life hack* kehidupan dan mahasiswa Shelvilia yang mencari informasi tentang tutorial-tutorial memperbaiki sesuatu serta Winda yang mencari informasi pribadi mengenai seorang artis yang memberikan pengaruh baik dll.¹³¹

4. Kebutuhan sosial secara integratif

Hasil informasi yang didapatkan atau yang dicari mahasiswa secara kebutuhan sosial secara integratif yaitu contohnya Yuyun seorang mahasiswa yang menggunakan media sosial *WhatsApp* untuk

¹³⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 22/W/23-04/2022.

¹³¹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/09-04/2022, Nomor 07/W/11-04/2022, dan Nomor 08/W/11-04/2022.

berdiskusi dengan dosen atau mahasiswa lainnya tentang perkuliahan atau informasi lainnya. Melalui grup yang ada di media sosial *WhatsApp* mahasiswa dapat bertanya mengenai jadwal ujian, berdiskusi, ataupun bertukar pendapat.¹³² Hal tersebut maka mahasiswa sudah menjalin interaksi sosial dengan mahasiswa lainnya.

5. Kebutuhan pelepasan

Hasil informasi secara kebutuhan pelepasan yaitu contohnya mahasiswa Winda yang melihat tentang video-video lucu kemudian Ifa yang mencari informasi tentang gossip dan informasi tentang kuliner serta Rima yang mencari informasi tentang hobinya.¹³³

D. Deskripsi Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Edukatif

Penggunaan media sosial sebagai sarana akses informasi tentunya memiliki kekurangan dan kelebihan yang berbeda-beda bagi penggunanya. Dari hasil penelitian, kelebihan dan kekurangan penggunaan media sosial sebagai sarana akses informasi mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo adalah:

1. Kelebihan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi¹³⁴
 - a. Mudah digunakan dan mudah dikelola

¹³² Lihat Transkrip Wawancara Nomor 22/W/23-04/2022.

¹³³ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 07/W/11-04/2022, Nomor 05/W/11-04/2022, dan Nomor 08/W/11-04/2022.

¹³⁴ Dokumen hasil wawancara.

Pengguna tidak perlu repot membayar untuk memelihara ataupun mengelola media sosial. Pembaruan yang sering dilakukan oleh media sosial dimaksudkan untuk membuat fitur terbaru dari platform tersebut, artinya mahasiswa sebagai pengguna media sosial dapat dengan mudah menikmati layanan yang disediakan oleh platform cukup dengan memperbarui platform media sosial tersebut.

- b. Informasi yang disampaikan mudah dipahami, jelas dan lengkap
Dikarenakan tidak dibatasi durasi sehingga informasi yang diberikan tidak setengah-setengah.
- c. Lebih efisien waktu
Dikarenakan hanya dengan menggunakan *smartphone* dan tanpa harus kemana-mana dapat memperoleh atau mendapatkan informasi dengan mudah.
- d. Fitur yang menarik dan beragam
Dikarenakan tersedia dalam berbagai bentuk informasi seperti video, animasi, reels, multiple post dan lain-lain.
- e. Beragam informasi tersedia
Mulai dari informasi politik, pemerintahan, kuliner, transportasi, kehidupan artis, perkuliahan, olahraga, agama ataupun informasi dan data lama dapat dibuka kembali dengan mudah kapan saja sesuai kemauan.
- f. Tersedianya akun privat

Dengan adanya akun privat pengguna media sosial dapat memilih siapa saja yang dapat melihat atau terhubung terhadap akun media sosialnya.

- g. Jangkauan informasi lebih luas dan beragam
- h. Tampilan sederhana, menarik, dan mudah dimengerti.
- i. Lebih percaya isi berita karena disampaikan langsung oleh yang bersangkutan.
- j. Cepat dalam menyajikan informasi

Kejadian ataupun peristiwa yang terjadi di lapangan dapat langsung diunggah dalam hitungan menit atau bahkan detik. Dengan hal tersebut mempercepat penyampaian informasi ke media dan secara bersamaan menjangkau secara global di seluruh jaringan internet.

- k. Informasi tersedia dalam bentuk audio visual

Sehingga pencari informasi atau pengguna media sosial dapat merasakan keadaan dalam informasi tersebut.

2. Kekurangan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi¹³⁵
 - a. Menyebabkan efek kecanduan.
 - b. Terdapat iklan-iklan atau situs-situs yang kurang pantas untuk dilihat.
 - c. Tidak adanya filter informasi untuk menyaring hal-hal negatif.
 - d. Masih banyak berita atau informasi *hoax* tersebar

¹³⁵ Dokumen Hasil Wawancara.

Jadi sebagai orang awam harus pintar memilih channel yang tepat dan memilah dengan baik informasi yang ingin diakses.

e. Akses kuota membutuhkan lebih banyak

Dengan menggunakan media sosial sebagai sarana akses informasi, maka harus memerlukan kuota supaya materi atau informasi yang dicari dapat dibaca ataupun di download. Serta untuk membuka aplikasi media sosial sendiri juga memerlukan kuota supaya dapat terhubung ke teman atau masuk ke dalam aplikasi tersebut.

f. Terdapat video yang menggunakan bahasa lain dan tidak tersedianya *translate* bahasa Indonesia.

g. *Clickbait* konten yang tidak sesuai dengan informasi yang disampaikan.

h. Informasi yang tidak sesuai fakta yang dapat menggiring opini penonton.

i. Informasi yang disampaikan terkadang berlebihan, simpang siur tidak jelas.

j. Banyak akun yang menyebarkan informasi tidak seutuhnya sehingga akan membuat atau menggiring opini masyarakat.

k. Tidak semua informasi yang dicari bisa didapatkan.

l. Tidak adanya rujukan yang valid untuk dipertanggung jawabkan sebagai rujukan tugas kuliah.

m. Kurang dapat memilah berita mana yang harus dikonsumsi

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mahasiswa KPI Angkatan 2021 IAIN Ponorogo dalam mengakses informasi mayoritas menggunakan media sosial *Instagram, YouTube* dan *Twitter* yang paling sedikit atau minoritas ialah *WhatsApp, Tiktok*, dan *Facebook*. Adapun alasan mahasiswa menggunakan media sosial dibagi menjadi empat kebutuhan yaitu secara kognitif, secara afektif, secara kebutuhan integrasi pribadi, secara kebutuhan sosial integratif dan secara kebutuhan pelarian
2. Adapun hasil informasi edukatif yang dicari atau diperoleh yaitu cara membuat daftar isi, informasi tentang pengkajian sebuah masalah, informasi keagamaan, penyiaran radio, pengetahuan tentang kepribadian, mencari pekerjaan apa yang cocok untuk kedepannya yang sesuai dengan jurusan yang dia jalani sekarang, untuk berdiskusi, dan melihat tentang video-video lucu, informasi tentang gossip dan informasi tentang kuliner.
3. Kelebihan media sosial dalam memenuhi kebutuhan informasi ialah informasi yang disampaikan mudah dipahami, lebih efisien waktu, beragam informasi tersedia, jangkauan informasi lebih luas, cepat dalam menyajikan informasi, informasi tersedia dalam bentuk audio visual. Adapun kekurangannya sendiri yaitu terdapat iklan-iklan yang kurang

pantas untuk dilihat, tidak adanya filter informasi untuk menyaring hal-hal negatif, masih banyak informasi *hoax* tersebar, *clickbait* konten yang tidak sesuai dengan informasi yang disampaikan, informasi yang tidak sesuai fakta yang dapat menggiring opini penonton, dan tidak adanya rujukan yang valid untuk dipertanggung jawabkan sebagai rujukan tugas kuliah.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan penelitian *Style Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Akses Informasi* meliputi:

1. Bagi lembaga Pendidikan (universitas) diharapkan sebagai sumbangan pikiran untuk menambah referensi perpustakaan, kualitas universitas, dan meningkatkan kualitas universitas.
2. Bagi adik-adik kelas diharapkan agar menjadikan penelitian ini sebagai motivasi untuk menyelesaikan studinya jenjang sarjana, dan dapat melakukan penelitian yang lebih baik lagi.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar melakukan pengembangan tulisan penelitian ini dari sudut pandang lainnya dan menjadikannya sebagai acuan dalam penelitian mengenai *style* penggunaan media sosial sebagai sarana akses informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Kamarudin. *Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan 2018*. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2018.
- Anastasya, Rachel. "Media Sosial *Twitter* Sebagai Sarana Mengakses Informasi Pelecehan Seksual (Studi Netnografi *Thread* Korban Pelecehan "*Fetish Kain Bungkus*")". (2021).
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
- Effendi. *Ilmu – Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2003.
- Fariz, Muhammad dan Satiri, "Pengaruh *User Generated Content* Sebagai Alat Komunikasi Bisnis Terhadap Kredibilitas Informasi Website "*Tokopedia*", *Journal of Creative Communication*, 1 (November 2019).
- Fitriani, Yuni. "Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat," *Paradigma-Jurnal Komputer dan Informatika*, (online) Volume 9, No 2 Tahun 2017. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120>, diakses 23 November 2021.
- Ghazali, Miliza. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House. 2016.
- Hanafi, Muhammad. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Siswa FISIP Universitas Riau, *Jurnal: JOM FISIP* (online) Vol. 3 No. 2, Oktober 2016. <https://media.neliti.com/media/publications/115811-ID-non.pdf>, diakses 25 November 2021.
- Humaizi. *Uses and Gratification Theory*. Medan: USU Press. 2018.
- Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta. 2015.
- J.D, 2 dan P.C Palmgreen, *Merging Uses and Gratification and Expectancy Value*, (Communication Research, 1984), hlm 537-56 dalam Morissan, *Psikologi Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2013.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia *kamus versi online/daring* diakses pada tanggal 28 November 2021 pukul 11:41.

Kamus Besar Bahasa Indonesia *kamus versi online/daring* diakses pada tanggal 11 September 2022 pukul 05:13.

Khomsahrial, Romli. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo. 2016.

Larasati *et. al.* “Efektivitas Pemanfaatan WhatsApp sebagai Sarana Diskusi Pembelajaran Pada Mahasiswa (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”, 2013. Diakses dari https://www.academia.edu/10886930/Efektivitas_Pemanfaatan_Aplikasi_WhatsApp_sebagai_Sarana_Diskusi_Pembelajaran_oada_Mahasiswa_Survei_Pada_Mahasiswa_Ilmu_Komunikasi_Fakultas_Ilmu_Sosial_dan_Humaniora_Angkatan_2012_UIN_Sunan_Kalijaga_Yogyakarta_?auto=downl.

Marini, Riska. “Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah”. (2019).

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. (2010).

Mulyanto, Agus. *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.

Munfaid, Achmad Sulthony. “Makalah Instagram”. (Jurnal, Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Peterongan, Jombang, 2013).

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2015.

.....*Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2015.

Nazir, Moh. *Metode Penelitian* Jakarta: Ghalia Indonesia. 2009.

Nurudin, *et. al.* *Media dan Perkembangan Budaya*. Malang: Integensia Media. 2010.

.....*Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2007.

Nuraini, Kurnia. *Motivasi Berprestasi Mahasiswa Penyandang Tuna Daksa*. (2014).

Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Tahun Akademik 2020/2021. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2020.

- Potter & Perry. *Fundamental*. Edisi 7 buku 1 & 2. Jakarta: Salemba Medika. 2009.
- Raharti. “”WhatsApp” Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah Di Kawasan Puspitek)”. *Jurnal Visi Pustaka*. (online) No. 2 Tahun 2019. <https://ejournal.pespurnas.go.id/vp/article/view/552> Diakses 30 Desember 2021.
- Rakanda, Damas Rambatian. ”Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentuka Identitas Diri Generasi Z atau IGeneration Di Desa Cawas”. (2020).
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya. 2012.
- Rinaldi, Iwan. ”Line Today Sebagai Media Informasi Remaja Masa Kini (Studi Pada Siswa Kelas IPA SMA IBA Palembang)”. (2019).
- Rodrick, Steffanus. “Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif”, *Jurnal*, (online) Volume III, 1 Tahun 2014. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/4493>, diakses 11 Desember 2021.
- Romli, Asep Syamsul. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa. 2014.
- Rusnali, Nur Aisyah. ”Penggunaan *User Generated Content* Tiktok Dalam Dunia Kesehatan”. *Al-Din*, Institut Agama Islam Negeri Bone.
- Sari, Dian Nurvita & Abdul Basir. ”Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting”, *Jurnal Persepsi : Communication* (online), volume 3, No 1 Tahun 2020. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/PERSEPSI/article/download/4428/4030>, diakses 25 November 2021.
- Setyo, Joko Loro. ‘Motif *Subscriber* dalam *Channel* YouTube Yufid TV”. *Jurnal Universitas Muhammadiyah* (online). <http://repository.umy.ac.id>, diakses 25 November 2021.
- Siswanto. ”Informasi Kesehatan di Media Online”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, (online) volume 13, No.3 Tahun 2015. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/1460/1334>, diakses 23 November 2021.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2016.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Pers. 2015.

Sutopo, Aristo Hadi. *Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2012.

Susiati, Gaya Bahasa Secara Umum dan Gaya Bahasa Pembungkus Pikiran. Universitas Iqra Buru. (2020).

Yusup, Pawit M. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.

