PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @beritamagetan SEBAGAI MEDIA INFORMASI

(Perspektif Uses and Gratification)

S K R I P S I

Oleh:

Muhammad Abid Rifqy Zamzami

NIM. 302180095

Pembimbing:

Galih Akbar Prabowo, M.A

NIDN. 2021038802

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

PONOROGO

2022

ABSTRAK

Zamzami, Muhammad Abid Rifqy. 2022. Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif Pada Admin Akun Instagram @beritamagetan). Pembimbing Galih Akbar Prabowo, M.A.

Kata Kunci: Instagram, Media Informasi, Admin.

Media sosial saat ini menjadi media yang digemari masyarakat. Salah satunya ialah Instagram, saat ini banyak akun-akun yang menyediakan informasi. Salah satunya yakni @beritamagetan. Akun ini menyediakan informasi seputar wilayah Magetan, baik itu informasi kriminal, prestasi, politik, ataupun promosi.

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui motif admin menggunakan akun @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan. (2) untuk mendeskripsikan kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dengan prosedur pengumpulan data menggunakan: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah data analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi: kegiatan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan (1) bahwa motif penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi, yaitu motif informasi dan motif hiburan. Motif informasi muncul dengan digunakannya akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi bagi masyarakat. Sedangakn motif hiburan dapat dilihat dari digunakannya akun Instagram @beritamagetan oleh admin sebagai media bersosialisasi dengan followers serta melepasakan penat akibat pekerjaan. (2) Kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi telah puas karena apa yang telah diinginkan oleh admin dapat tercapai. Dengan diterimanya akun Instagram @beritamagetan oleh masyarakat Magetan. Antusiasme dan gairah masyarakat Magetan dalam menyampaikan dan mendapatkan informasi juga memberikan kesenangan terhadap admin sehingga admin merasa sudah berguna bagi banyak orang.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama Saudara:

Nama	: Muhammad Abid Rifqy Zamzami
NIM	: 302180108
Jurusan	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul	: Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif Pada Admin Akun Instagram @beritamagetan)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 31 Oktober 2022

Mengetahui	Menyetujui
Ketua Jurusan	**Pembimbing**
Kayis Fithri Ajhuri, M.A	**Galih Akbar Prabowo, M.A**
NIP. 198306072015031004	NIDN. 2021038802

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH

PENGESAHAN

Nama	:	Muhammad Abid Rifqy Zamzami
NIM	:	302180095
Jurusan	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul	:	Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Indormasi (Perspektif *Uses and Gratification*)

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

Hari	:	Jum'at
Tanggal	:	11 November 2022

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

Hari	:	Kamis	
Tanggal	:	17 November 2022	
Tim Penguji	:		
Ketua Sidang	:	Muchlis Daroini, M.Kom.I.	( )
Penguji I	:	Dr. M Irfan Riyadi, M.Ag	( )
Penguji II	:	Galih Akbar Prabowo, M.A	( )

Ponorogo, 17 November 2022
Mengesahkan
Dekan

Dr. Ahmad Munir, M.Ag
NIP.196806161998031002

SURAT PERSETUJUAN

PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Muhammad Abid Rifqy Zamzami
NIM	: 302180095
Fakultas	: Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Jurusan	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi/Tesis	: Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Perspektif *Uses and Gratification*)

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis 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 tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 18 November 2022

Penulis

(Muhammad Abid Rifqy Zamzami)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Abid Rifqy Zamzami

NIM : 302180095

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif Pada Admin Akun Instagram @beritamagetan)

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 31 Oktober 2022

Pembuat Pernyataan

Muhammad Abid Rifqy Zamzami

NIM. 302180095

DAFTAR ISI

COVER i

ABSTRAK iii

LEMBAR PERSETUJUAN..... iii

HALAMAN PENGESAHAN..... iiiv

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI v

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN vi

DAFTAR ISI vii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah.....4

C. Tujuan Penelitian 5

D. Manfaat Penelitian 5

E. Telaah Pustaka 6

F. Metode Penelitian 10

G. Sistematika Pembahasan.....16

BAB II KAJIAN TEORI.....18

A. Instagram .....**Error! Bookmark not defined.**

1. Pengertian Instagram 18
2. Sejarah Instagram.....19
3. Fitur-Fitur Instagram.....22
4. Pembuatan Akun Instagram.....26
5. Penggunaan Media Sosial Instagram 27

B. Informasi.....29
1. Jenis-jenis Informasi 33
2. Nilai-nilai Informasi.....37
3. Karakteristik Informasi 39

C. *Uses and gratification* 41

BAB III PAPARAN DATA PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @beritamagetan SEBAGAI MEDIA INFORMASI 51

A. Profil Akun @beritamagetan.....51
1. Sejarah Akun @beritamagetan 51
2. Visi dan Misi.....52
3. Profil dan Logo @beritamagetan.....54
4. Struktur Organisasi 55

B. Paparan Data Khusus Motif Dan Kepuasan Admin Akun @beritamagetan Menggunakan Akun Sebagai Media Informasi 57
1. Paparan Data Khusus Motif Admin Menggunakan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi.....57
2. Paparan Data Khusus Kepuasan Admin Menggunakan Akun @beritamagetan Sebagai Media Informasi.....69

BAB IV ANALISIS DATA PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @beritamagetan SEBAGAI MEDIA INFORMASI 75

A. Analisis Data Motif Admin Menggunakan Akun Instagram@beritamagetan Sebagai Media Informasi 76
1. Analisis data motif penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media penyebar berita. 76
2. Analisis data motif penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai sarana mendapatkan hiburan 79
B. Analisis Data Kepuasan Admin Menggunakan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi 83
BAB V PENUTUP 86
A. KESIMPULAN 86
B. SARAN 87
DAFTAR PUSTAKA 88

IAIN PONOROGO

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digital menjadikan komunikasi memasuki babak baru. Teknologi baru yang semakin maju, internet semakin mudah diakses, aplikasi semakin banyak dan media sosial untuk berkomunikasi semakin beragam. Setiap orang dengan akses internet, baik: computer, laptop, smarthphone, ataupun perangkat sejenisnya bisa dengan mudah menggunakannya. Disebut *new ware technologhy*, merupakan sebuah teknologi yang menghubungkan antar individu dan kelompok.[1]

Salah satu produk layanan yang lahir berkat adanya akses internet adalah jejaring sosial. Jejaring sosial seakan memperkuat keadaan internet sebagai *new media communication*, dimana jarak seakan tidak terlihat lagi, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu yang singkat. Dengan kata lain , masing-masing penemuan media baru diharapkan dapat memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia.[2] Masyarakat Indonesia juga mengikuti adanya perubahan media, terutama media online yaitu media sosial membuat mereka mendapatkan informasi secara cepat melalui berbagai macam akun di media sosial. Menurut *wearesocial.com* Instagram masuk ke dalam 10 aplikasi media sosial yang terpopuler digunakan di Indonesia.

[1] Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Salemba. Humanika, 2011), 111.
[2] Nurudin, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi* (Yogyakarta: Buku Litera, 2012), 25.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Penggunaannya yang mudah membuat aplikasi ini diminati berbagai kalangan. Kebanyakan orang-orang menggunakan Instagram karena mereka ingin tahu kegiatan orang lain, hanya sekedar mendokumentasikan kehidupan mereka saja, ada pula yang menggunakan untuk tampak keren, dan yang terakhir, orang menggunakan Instagram karena mereka tertarik dengan pengguna lain yang memiliki kreativitas tinggi dalam mempublikasikan informasi.

Menariknya komunitas Instagram berbasis informasi di Indonesia saat ini terus berkembang dengan cepat dan *massive*, mulai dari akun Instagram negara, seperti @narasi.tv, @info.indonesia, @beritaindonesia_, dan akun kota seperti @makassar_info, @info_surabaya, @infobandungkota, @info_jombang, serta akun kabupaten seperti @ponorogo.update, @jtvmadiun, @magetanbanget, @beritamagetan.

Pengguna Instagram di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, yaitu memiliki 99,15 juta pengguna aktif setiap bulan pada tahun 2022 di Indonesia. Indonesia juga didaulat menjadi negara dengan pengguna Instagram terbanyak di kawasan Asia-Pasifik. Maka tak heran jika di kancah internasional Indonesia merupakan salah satu pengguna Instagram terbesar di dunia dengan 700 juta pengguna aktif, menurut data internal per April.[3]

[3] "Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights," diakses 13 September 2022, https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia.

Para pengguna aktif Instagram di Indonesia banyak memanfaatkan fitur Instagram Story, baik untuk menunjukkan eksistensi di sosial media, ataupun untuk menyampaikan informasi. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa Instagram saat ini merupakan media sosial yang sangat digandrungi oleh masyarakat. Instagram memiliki fitur-fitur yang menarik. Berbagai jenis fitur yang ada di Instagram tentunya menjadi daya tarik utama dari fitur foto, video dan Instagram story dengan berbagai efek animasi yang tersedia di fitur tersebut. Beberapa fitur menarik yang tersedia di Instagram memudahkan penggunanya untuk berbagi aktivitas seharihari terkait dengan pengguna lain, ataupun membagikan sebuah berita. Mudahnya cara penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya.

Saat ini terdapat beberapa akun Instagram yang memberikan banyak informasi kepada penggunanya seperti akun make up tutorial, akun online shop, akun kuliner dan salah satu yang menarik adalah akun yang menyediakan informasi tentang berbagai hal mulai dari pendidikan, peristiwa kriminal, informasi pemerintahan, olahraga, dan lain sebagainya. Akun yang menyediakan informasi mengenai banyak elemen ini sangat digemari oleh Instagrammers-Instagrammers di Indonesia karena keanekaragaman isinya dan merupakan salah satu akun yang dijadikan referensi untuk mencari informasi terbaru oleh masyarakat. Khususnya di wilayah kecil seperti kabupaten yang terkadang tidak terekspos media massa, sehingga banyak dari para wartawan menggunakan Instagram sebagai media informasi agar cepat dan actual. Salah

satu akun Instagram yang isinya memuat hal-hal tersebut yaitu akun @beritamagetan.

Akun @beritamagetan dibuat sejak tahun 2017. Seiring berjalannya waktu akun ini sudah memasuki tahun ke-5 nya dan sudah memiliki followers sebanyak 106.000 dengan 3.163 postingan hingga tanggal 23 Agustus 2022. Tingginya kebutuhan informasi di kabupaten Magetan, serta terbatasnya media lokal membuat masyarakatt mencari media lain yang dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka terutama seputar informasi di daerah Magetan. Maka dari itu masyarakat Magetan mengaksesnya lewat akun Instagram @beritamagetan karena di akun ini lebih mengutamakan informasi daripada endorse produk tidak seperti akun Instagram di Magetan lainnya. Hal ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut, karena dari postingan @beritamagetan di Instagram lebih mengutamakan informasi daripada endorse produk. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi di Magetan".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka penulis mencoba merumuskan permasalahan-permasalahan yang digunakan sebagai pijakan penyusunan skripsi ini. Adapun rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana motif admin menggunakan akun @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan?

2. Bagaimana kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui motif admin menggunakan akun @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan.
2. Untuk mendeskripsikan kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan harapan agar dapat memberikan sumbangsih bagi pengembangan suatu ilmu. Manfaat penelitian dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan nantinya dapat menambah pengetahuan, pengalaman serta wawasan tentang penggunaan Instagram sebagai media informasi yang cepat dan aktual. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadkan sebagai acuan referensi penelitian selanjutnya tentang penggunaan akun instragam sebagai media informasi.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan semua orang dalam menyikapi bagaimana menggunakan media sosial menjadi lebih dewasa dan bijaksana.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka ini bisa dikatakan sebagai penelitian yang relevan dan memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang nantinya akan dikaji.[4] Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan pembahasan penelitian yang akan dilaksanakan:

Pertama, "Peran Akun Instagram @Kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan", skripsi Mega Afifah Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Penelitian Mega Afifah ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi serta peran Instagram dalam meningkatkan minat pengunjung Kebun Refugia Magetan.[5] Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini, media Instagram cukup efektif sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung, terbukti dengan pernyataan beberapa pengunjung yang banyak mengetahui dan berkunjung ke Kebun Refugia Magetan ini melalui gambar atau postingan akun Instagram @kebunrefugiamagetan. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya

---

[4] Imam Mustofa, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Metro: P3M, 2013), 27.

[5] Mega Afifah, "Peran Akun Instagram @Kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan" (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2021).

adalah skripsi ini meneliti salah satu akun Instagram @kebunrefugiamagetan sedangkan peneliti @beritamagetan.

Kedua, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Goa Pindul Gunungkidul", skripsi Arifah Ayuningtyas Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.[6] Penelitian Arifah Ayuningtyas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi serta peran Instagram dalam meningkatkan minat pengunjung Goa Pindul Gunungkidul. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini, penggunaan Instagram sebagai media promosi memudahkan dalam menyebarkan visualnya dapat menarik perhatian serta mempengaruhi daya tarik yang begitu besar agar para wisatawan berkunjung dan menyebarluaskan tentang apa yang terdapat pada obyek wisata tersebut. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya adalah skripsi ini meneliti salah satu akun Instagram @goapindulofficial sedangkan peneliti @beritamagetan.

"Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk", skripsi Moh. Ali Ma'ruf Mahasiswa Program Studi Ilmu

[6] Arifah Ayuningtyas, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Goa Pindul Gunungkidul" (Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2019).

Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.[7] Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan Instagram @nganjukkotabayu sebagai informasi media Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini, akun Instagram @nganjukkotabayu menggunakan foto terbaik dari semua postingan yang memberi menandai akun @nganjukkotabayu, kemudian mempostingnya dengan caption pesan yang penuh dorongan/motivasi dan pesan humor sehingga dapat menjadi konten yang informative, persuasive, dan edukatif. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya adalah skripsi ini meneliti salah satu akun Instagram @nganjukkotabayu sedangkan peneliti @beritamagetan.

"Strategi Pengelolaan Instagram @Infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo", skripsi Fitri Alam Nasyroh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo.[8] Penelitian Fitri ALam Nasyroh ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui darimana admin @infoponorogo mendapat berita, serta bagaimana admin@infoponorogo mengolah dan menyampaikan berita. Penelitian ini

[7] Moh. Ali Ma'ruf, "Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk" (Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2017).

[8] Fitri Alam Nasyroh, "Strategi Pengelolaan Instagram @Infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo" (Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2020).

menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini (1) Akun @infoponorogo dalam mendapatkan informasi yaitu menentukan konten terlebih dahulu kemudian menentukan target sasaran, dan menyusun jadwal posting. (2) Akun @infoponorogo mengolah informasi dengan melakukan penyusunan pesan berupa pemilihan foto atau video disertai pembuatan caption yang menarik. (3) Penyamppaian informasi akun @infoponorogo menggunakan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti feed, instastory, dan Instagram TV. Proses penyampaian informasi ini menghasilkan feedback dari follower berupa respon positif dan respon negatif yang dapat diketahui dari kolom komentar dan juga fitur insight, feedback inilah yang kemudian dijadikan evaluasi akun @infoponorogo sebagai media informasi. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya adalah skripsi ini meneliti salah satu akun Instagram @infoponorogo sedangkan peneliti @beritamagetan.

Instagram Sebagai Media Informasi (Analisis Isi Pada Akun Instagram @Undercover.Id), skripsi Danu Hendro Prakoso mahasiswa program studi ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Univeritas Muhammadiyah Malang.[9] Penelitian Danu Hendro Prakoso ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konten apa saja yang diunggah akun

[9] Danu Hendro Prakoso, "Instagram Sebagai Media Informasi (Analisis Isi Pada Akun Instagram @Undercover.Id), skripsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik" (Malang, Univeritas Muhammadiyah Malang, 2020).

Instagram @undercover.id selama bulan September 2019 dan berapa persentasenya. Metode penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan tipe yang digunakan yaitu deskriptif dan dasar penelitian penelitian menggunakan analisis isi. Hasil pada penelitian ini adalah akun Instagram @undercover.id merupakan sebuah akun Instagram yang memang berfokus pada konten informasi. Berdasarkan analisis peneliti ditemukan bahwa pada akun Instagram @undercover.id terdapat tujuh tema unggahan, adapun tema – tema yang didapatkan oleh peneliti yaitu tema ekonomi, tema kriminal, tema ketuhanan, tema politik, tema peristiwa, tema pendidikan, dan teks inspiratif. Adapun rincian dari porsentase unggahan tersebut yaitu, Tema Ekonomi 5%, Tema Kriminal 7%, Tema Ketuhanan 6%, Tema Politik 31%, Tema Bencana 35%, Tema Pendidikan 4%, Teks Inspiratif 12%. Penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti salah satu akun Instagram tentang informasi. Perbedaannya adalah skripsi ini meneliti salah satu akun Instagram @undercover.id sedangkan peneliti @beritamagetan.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif sendiri memusatkan perhatiannya pada prinsip secara umum yang mendasari perwujudan sebuah makna dari gejala sosial yang terjadi didalam masyarakat. Objek analisis dalam pendekatan kualitatif ini yaitu makna dari sebuah gejala sosial dan budaya dengan menggunakan kebudayaan

dari masyarakat bersangkutan untuk memperoleh sebuah gambaran mengenai kategori tertentu.[10]

Penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.[11] Deskriptif ialah menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab suatu gejala tertentu.[12] Data yang dihasilkan oleh peneliti ini yaitu data kualitatif. Data yang bersifat kualitatif yaitu data yang menggambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memeroleh kesimpulan.[13]

Deskriptif kualitatif adalah sebuah upaya yang dilakukan seorang peneliti dalam proses mengamati suatu objek penelitian dan kemudian menjelaskan situasi atau peristiwa yang terjadi dengan mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan juga bahasa yang mudah dipahami pembaca serta menyajikan data dengan seteliti mungkin sesuai fakta yang ada dilapangan.

Penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena penulis ingin mendeskripsikan hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata tertulis dan mendeskripsikan hasil wawancara dari subyek penelitian.

---

[10] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komuikasi Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2007), 302.

[11] Lexy J Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 3.

[12] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009), 24.

[13] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Cet. Ke-x* (Jakarta: Renika Cipta, 1996), 234.

Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan tentang Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi di Magetan.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan batasan penelitian dimana seorang peneliti bisa menentukannya dengan menggunakan benda, hal atau orang untuk melekatkan variabel penelitiannya.[14] Jadi subyek penelitian dapat diartikan sebagai benda, hal atapun orang yang memberikan informasi atau data kepada peneliti. Sedangkan obyek penelitian merupakan variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.[15] Jadi objek penelitian bisa diartikan sebagai masalah apa yang diteliti dalam sebuah penelitian.

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian yaitu admin serta followers aktif akun media sosial Instagram @beritamagetan, sedangkan obyek dalam penelitian ini yaitu penggunan akun Instagram @beritamagetan yang digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kualitatif. Dimana data-data yang ada berupa kata, kalimat, paragraf yang memiliki makna dan juga berkaitan dengan penelitian.[16] Data yang

[14] Arikunto, 236.
[15] Arikunto, 237.
[16] Salmaa, "*Data Penelitian: Pengertian, Klasifikasi, dan Contoh Lengkapnya,*" *Penerbit Deepublish* (blog), 6 Mei 2021, https://penerbitdeepublish.com/data-penelitian/.

disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka.[17] Jenis data dalam penelitian ini ada 2, yaitu: jenis data primer yang merupakan data hasil wawancara dan jenis data sekunder yang didapat melalui internet.

b. Sumber data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data hasil wawancara lebih lanjut terhadap admin akun Instagram @beritamagetan dan subjek penelitian penting lainnya yang berhubungan dengan sasaran penelitian seperti like, comment, serta caption pada akun media sosial Instagram @beritamagetan.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber bahan bacaan, berupa surat-surat pribadi, dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya.[18] Sumber data sekunder ini merupakan jenis data yang diperoleh dari sumber kedua. Sumber data sekunder ini bisa dikatakan sebagai bahan pendukung dari penelitian dan hasil penelitian, dengan artian data sekunder ini diperoleh peneliti dari sumber data yang telah ada. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan internet sebagai sumber data sekunder.

PONOROGO

[17] Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rakesarasin, 1996), 28.
[18] S Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 143.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data. Wawancara tau biasa disebut dengan *interview* merupakan sebuah proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau informan melalui komunikasi secara langsung. Wawancara ini dilakukan dengan percakapan tatap muka antara pewawancara dan informan dimana pewawancara menanyakan langsung mengenai sebuah permasalahan yang akan ditanyakan dan menggunakan pertanyaan yang telah dirancang sebelumnya.[19]

Wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara tak terstruktur *(unstruchtured interview)* yaitu wawancara yang bebas dan seorang peneliti hanya berpedoman pada garis besar permasalahan yang akan ditanyakan pada informan. Pada penelitian ini informan yang digunakan yaitu admin serta followers aktif akun media sosial Instagram @beritamagetan.

b. Dokumentasi

[19] A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), 372.

Pada penelitian ini dokumentasi yang digunakan peneliti berupa postingan serta dokumen terkait akun @beritamagetan dari followers aktif akun media sosial Instagram @beritamagetan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan sebuah data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan di interpretasikan.[20] Analisis data ini merupakan proses mencari dan menyusun data yang sudah diperoleh oleh peneliti dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, mengorganisasikan dalam sebuah kategori, menjabarkan, melakukan sintesa, menyusunnya kedalam suatu pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari dan membuat sebuah kesimpulan sehingga sebuah tulisan mudah dipahami oleh diri sendiri maupun dipahami oleh orang lain.[21] Proses analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan memilih dan memilah data yang terkait langsung dengan penggunaan akun Instagram @beritamagetan dan yang tidak terkait langsung dengan penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi. Data yang tidak terkait langsung dengan penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi direduksi atau dihilangkan.

b. Display data

[20] Masri Singarimbun (Sofian Efendi), *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LPJS, 1995), 263.
[21] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Alfabet, 2012), 89.

Display data atau menyajikan data. Data terkait penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi kemudian disajikan dalam bentuk uraian atau deskripsi, gambar, dan table.

c. Menyimpulkan data dan Verifikasi

Di tahap ini setelah data disajikan, data kemudian dianalisis, dan ditarik kesimpulan terkait dengan penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi di Magetan.

6. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah sebuah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi.

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan data lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau untuk pembanding terhadap data itu. Lebih spesifik lagi dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi metode.

Triangulasi metode dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil dokumentasi terkait dengan penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti membagi sistematika pembahasan menjadi lima bab. Semua bab tersebut saling berhubungan dan mendukung antara satu

dengan yang lainnya. Gambaran atas masing-masing bab tersebut sebagai berikut:

BAB I Merupakan pendahuluan. Pada bab ini akan dipaparkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta telaah pustaka.

BAB II Merupakan landasan teori *uses and gratification*. Selain itu juga membahas pengertian media sosial. Membahas pengenrtian serta fitur Instagram. Serta membahas tentang pengertian informasi

BAB III Merupakan gambaran umum. Bab ini mendeskripsikan mengenai profil, sejarah, serta visi dan misi dari akun media sosial Instagram @beritamagetan, serta paparan data khusus.

BAB IV Merupakan temuan dan analisa data yang berisi poin-poin penting dari data hasil wawancara serta observasi pada akun media sosial Instagram @beritamagetan.

BAB V Merupakan penutup. Bab ini bertujuan untuk menyimpulkan dari rangkaian pembahasan mulai dari bab satu sampai bab lima sehingga mempermudah para pembaca dalam mengambil intisari hasil penelitian serta memberi saran.

PONOROGO

BAB II
KAJIAN TEORI

A. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang mana memungkinkan seseorang untuk mengambil foto dan video, memakai filter digital yang tersedia, kemudian mengunggahnya ke berbagai layanan jejaring social. Dengan kata lain Instagram seperti galeri online yang dapat dilihat oleh banyak orang. Namun meski begitu didalamnya juga terdapat *system* privasi sehingga hanya orang yang telah menjadi pengikutnya saja yang dapat melihat semua foto dan videonya.[1]

1. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi pada aplikasi ini. Instagram terdiri dari dua kata "Insta" dan "Gram". Kata "Insta" berasal dari kata "Instan", yang berarti bahwa Instagram menampilkan foto-foto secara instan layaknya kamera polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan "Gram" berasal dari kata "Telegram" yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga Instagram dapat mengacu ke kata "Instan-Telegram".[2]

Menurut Bambang Dwi Atmoko, Instagram adalah sebuah aplikasi dari handphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari

[1] Agustina, "Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja diSma Negeri 3 Samarinda" 4 (2016): 412.

[2] "Instagram," dalam *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, 21 Agustus 2022, https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Instagram&oldid=21553297#cite_note-11.

media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.[3]

Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.

2. Sejarah Instagram

Berdiri pada tahun 2010 sebuah perusahaan bernama Bubrn. inc yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 06 Oktober 2010 menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram. Di startup yang didirikannya ini Kevin dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai keinginannya.

Perusahaan Burbn, Inc. adalah perusahaan teknologi yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja.

PONOROGO

Peluncuran perdana Instagram berlangsung sangat sukses karena tidak menggunakan iklan, dengan menggunakan viral merketing namun berhasil menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama. Setelah seminggu peluncuran

[3] Bambang Dwi Atmoko, *InstagramHandbook* (Jakarta: Media Kita, 2010), 10.

Instagram, pengguna telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat Kevin dan Mike melakukan upgrade pada aplikasi buatan mereka ini. Dalam waktu singkat buzz di jejaring sosial terutama Twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di trending topic dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu 2,5 bulan pengguna Instagram meningkat sangat cepat mencapai satu juta pengguna. Selama lebih dari satu tahun Instagram hadir secara eksklusif di platform IOS yang ada di hp Iphone. Kini Instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari apple, app store tempat pembelian aplikasi di Iphone telah memberikan apresiasi kepada Instagram, dengan diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year* 2011. *App Store* adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh Apple untuk perangkat IOS yang terdiri dari Iphone, Ipad touch, dan ipad.

Instagram telah menjadi layanan berbagi foto yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke platform lainnya yaitu android, platform buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Pada tanggal 3 April 2012 hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada di platform Android. Jumlah pengguna Instagram yang sebelumnya 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam waktu 12 jam saja dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan photo sharing dan Bubrn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pengguna mencapai 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap

minggunya. Hanya berselang sembilan hari setelah kehadirannya di Android, perusahaan ini diambil alih oleh Facebook pada tanggal 09 April 2012.[4]

Instagram banyak penggunanya karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto yang diambil bergaya retro yang menarik. Pengguna dapat memanfaatkan 17 filter foto yang mengubah warna dan memberi kesan foto yang berbeda. Instagram memberikan cara baru berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial dengan "follow". "like" foto dan "popular" yang menjadikan Instagram semakin banyak penggunanya. Pengguna smartphone menjadi lebih gemar memotret. Namun tujuan dibuatnya Instagram bukan hanya sebuah aplikasi foto, melainkan sebuah cara baru berkomunikasi lewat gambar dan merupakan komunikasi yang berbeda. Karena aplikasi pengolah foto adalah sebuah alat.[5]

Instagram resmi dirilis untuk platform IOS pada tanggal 6 oktober 2010 dan sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring pada hari pertama peluncuran. Pada tanggal 13 oktober 2010 pengguna mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian Instagram merilis fitur hashtag atau tagar pada 27 januari 2011 agar lebih memudahkan pengguna menemukan foto dan pengguna lainnya, pada tanggal 15 februari pengguna bertambah menjadi 2 juta, dan berhasil mengumpulkan uang sebanyak US$ 7 juta dari berbagai investor. Pada tanggal 12 juli dalam waktu 8 bulan mencapai 5 juta pengguna dan 100 juta foto diunggah di

[4] Dwi Atmoko, 7.
[5] Dwi Atmoko, 13.

Instagram. Instagram merilis versi baru yaitu 2.0 pada tanggal 20 september 2011 dengan fitur filter dan resolusi tinggi.[6]

Pada 3 April 2012, Instagram resmi dirilis pada sistem operasi Android. Aplikasi Instagram berhasil di unduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari, nampaknya pengguna smartphone berbasis android telah menanti-nanti kehadiran Instagram di handphone mereka.

Pertumbahan pesat Instagram terlihat pula dari review yang diberikan pengguna mendapatkan 1 juta rating bagus di Google Play. Instagram saat itu menjadi salah satu aplikasi yang mencapai satu juta peringkat dan berhasil menduduki posisi ke lima. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan Instagram telah diambil alih oleh perusahaan Facebook dengan nilai hampir 1 miliar dollar dalam bentuk tunai dan saham. Tawaran ini datang dengan kebijakan untuk tetap membiarkan Instagram di kelola secara mandiri. Pada 11 Mei 2016 Instagram memperkenalkan versi 10.10.0 dengan ikon baru dan tentunya desain dan tampilan baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru lebih berwarna yaitu kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien. Dengan ikon dan tampilan baru ini Instagram semakin banyak disukai oleh pengguna dan tetap menggunakan Instagram bukan malah menghapusnya.

3. Fitur-Fitur Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke

[6] "The Complete History of Instagram," diakses 27 September 2022, https://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/.

berbagai layanan media sosial seperti Facebook dan Twitter, dan termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak di bagian bawah pada tampilan Instagram.[7] Menu itu antara lain adalah:

a. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (timeline) foto-foto atau video terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu dengan menggeser layar ke atas seperti saat *scroll mouse* di komputer, maka akan terlihat postingan atau konten-konten yang diunggah pengguna.

b. *Explore*

Explore adalah tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Bisa merupakan foto-foto dan video dari artis terkenal atau foto-foto pemandangan yang menakjubkan. Atau foto-foto yang menarik bagi pengguna.

c. *News Feed*

News Feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi atau pemeritahuan terhadap berbagai aktifitas yang dilakukan oleh pengguna. *news feed* memiliki dua jenis tab yaitu *"following*" yang menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna ikuti dan "*news*" yang menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktifitas para pengguna Instagram terhadap foto yang dibagikan.

d. Profil

[7] Dwi Atmoko, *InstagramHandbook*, 28.

Profi adalah halaman yang dapat mengetahui secara detail informasi dari pengguna, baik itu profil dari milik akun pribadi maupun pengguna lainnya. Fitur ini menampilkan jumlah foto dan video yang telah diupoload, jumlah *following* dan *followers*.

e. *Stories*

Stories merupakan jendela yang menampilkan foto-foto dan video seperti fitur home, namun dalam fitur ini Stories atau cerita foto dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, setiap stories yang di buat oleh pengguna akan ditampilkan selama 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis. Fitur ini lebih terlihat seperti kilas-kilas singkat untuk membagikan momen dengan mudah.

Selain fitur di atas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto atau video yang di unggah ke Instagram menjadi lebih menarik dan bermakna, antara lain yaitu:[8]

a. *Captions*

Captions atau keterangan untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna tersebut. *Captions* dibuat ketika sedang membuat konten foto atau video yang akan di posting.

b. *Hashtag*

[8] Dwi Atmoko, 36.

Hashtag adalah simbol bertanda pagar (#), fitur ini memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto dan video di Instagram dengan *hashtag* tertentu.

c. *Geotagging*

Fitur *geotagging* adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil foto.

d. *Reel Remix*

Instagram merilis fitur baru yaitu *Reel Remix* yang memungkinkan pengguna dapat memasukkan konten orang lain ke dalam konten mereka. Fitur ini mirip seperti TikTok Duet, di mana konten antar pengguna dapat dijadikan satu untuk berduet.

Sebagai media sosial, banyak interaksi yang terjadi dalam aplikasi Instagram sehingga aplikasi ini menyediakan beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di Instagram, yaitu sebagai berikut:[9]

a. *Follow*

Follow berarti ikut, *followers* adalah pengikut, dari pengguna Instagram agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain bisa meng-klik *follow*. Jumlah pengikut dan yang mengikuti akan terlihat di laman profil pengguna.

b. *Like*

[9] Dwi Atmoko, 38.

Like adalah ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar atau video pada Instagram, simbol suka pada Instagram berbeda bentuk dengan simbol pada Facebook yang berbentuk jempol, simbol suka pada Instagram adalah simbol hati, menyukai atau *like* konten dilakukan dengan cara menekan tombol *like* di bagian bawah *captions* yang besebelahan dengan komentar atau bisa dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada konten yang disukai.

c. *Comments*

Comments atau komentar adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata, pengguna bebas memberikan komentar apapun terhadap foto, baik itu saran, pujian atau kritikan.

d. *Mentions*

Fitur ini adalah untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambah tanda *arroba* (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut.

e. *Live*

Fitur baru Instagram ini memungkinkan kita membuat tayangan langsung dari aplikasi Instagram. Seperti juga *live* video di Facebook, *follower* bisa langsung bergabung dan memberi komentar.

4. Pembuatan Akun Instagram

Dalam pembuatan akun Instagram, terdapat beberapa pilihan dan langkah-langkah yaitu:

a. Instalasi

instalasi atau pemasangan aplikasi merupakan langkah pertama yang harus dilakukan, dengan mengunjungi Play Store atau App Store bagi pengguna smartphone Android dan Iphone. Cari aplikasi Instagram di laman pencarian kemudian ketuk “instal” atau “pasang”, dalam proses ini Instagram akan mulai di unduh dan di pasang di handphone.

b. Registrasi

Registrasi atau pendaftaran sangat penting dalam menggunakan Instagram, karena registrasi adalah sebuah akun yang merupakan identitas resmi sebagai pengguna, ada beberapa langkah yang harus dilakukan untuk registrasi, yaitu dengan cara sebagai berikut:

c. Jalankan aplikasi Instagram

Untuk mendaftar pada Instagram tekan tombol “*Sign Up*” untuk melakukan registrasi. Setelah masuk ke halaman *Sign Up* isi data-data yang diperlukan. Tiga hal yang wajib diisi adalah Email, *Username,* dan *Password*.

d. Set Profil Picture

Set profil picture untuk mengatur gambar profil, yaitu dengan memotret langsung, atau dengan menggunakan foto yang sudah ada di galeri handphone.

5. Penggunaan Media Sosial Instagram

Media sosial dekat dengan kehidupan sehari hari. Pengguna media sosial seolah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer. Kini mereka menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar

melihat-lihat tetapi lebih dari itu mereka memanfatkan media sosial yang ada. Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat diantaranya sebagai berikut:[10]

a. Mendapatkan Informasi

Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan pekerjaan, info seputar agama maupun hal-hal yang sedang trend yang dibicarakan banyak orang.

b. Menjalin Silaturahmi

Melalui sosial media, kita sebagai user atau pengguna dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan pengguna lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

c. Kegiatan Sosial

Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalangan bantuan dapat dilihat dari oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan akan terpenuhi.

d. Branding

[10] Arif Rohmadi, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), h. 2.* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), 2.

Branding merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar brand (merk) yang mereka tawarkan dikenal. Dalam perkembangan saat ini, branding tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat personal (perorangan) atau yang lebih dekenal dengan personal branding.

e. Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki, jika dahulu untuk berjualan harus berada dipinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan dengan menggunakan media sosial.

B. Informasi

Dalam ungkapan sehari-hari, banyak yang mengatakan bahwa informasi adalah segala yang kita komunikasikan, seperti yang disampaikan oleh seseorang lewat bahasa lisan, surat kabar, video, dan lain-lain. Ungkapan ini—karena seringnya dipakai—Fox (1983) mengategorikannya sebagai the ordinary notion of information. Dalam ungkapan ini, terkandung pengertian bahwa tidak ada informasi kalau tidak ada yang membawanya. Di antara yang membawa informasi ini, yang paling sering dibicarakan adalah bahasa manusia melalui komunikasi antarmanusia. Meskipun tidak selalu manusia yang membawa informasi, komunikasi bisa juga berarti asap, DNA, aliran listrik, atau gambar. Dengan demikian, informasi di sini bisa dianggap sebagai pesan atau makna yang terkandung dalam sebuah pesan. Padahal, dalam kenyataan sehari-hari, sering kita harus membedakan informasi yang dikandung suatu

kalimat atau yang tertulis dalam kalimat tersebut. Misalnya, si A mengatakan, "Pintar kamu," kepada si B. Belum tentu yang dimaksud si A bahwa si B benar-benar pintar, tetapi ada makna lain. Jadi, ada makna yang terkandung dalam informasi tersebut.[11]

Oleh karena itu, ada tiga makna dari kata informasi. Pertama adalah informasi sebagai suatu proses, yaitu merujuk pada kegiatan-kegiatan menjadi terinformasi. Makna yang kedua adalah informasi sebagai pengetahuan. Di sini, informasi mengacu pada segala kejadian di dunia (entitas) yang tak terhingga, yang tak dapat disentuh, atau sesuatu yang abstrak. Sebagai sesuatu yang abstrak, informasi dilihat dari makna yang terkandung dalam keseluruhan medium yang digunakan, kemudian dapat diartikan secara berbeda antara si pengirim dan si penerima. Informasi dianggap sebagai bagian abstrak dari pikiran manusia sesuai dengan isi dan makna pesan yang diterima. Misalnya, si Ani berkata kepada Budi, "Wah, pandai betul kamu." Mungkin, maksud Ani karena jengkel melihat si Budi yang menyontek pekerjaan temannya. Mungkin juga, Budi mengira bahwa Ani betul-betul menganggap Budi pandai.

Makna yang ketiga adalah informasi dianggap sebagai suatu benda atau penyajian yang nyata dari pengetahuan. Sebagai benda yang nyata, informasi dilihat dari rangkaian simbol-simbol dan dapat ditangkap oleh pancaindra manusia serta dapat saling dipertukarkan. Informasi dianggap sebagai bahan mentah yang nyata, yang berada di luar manusia yang memerlukan pemrosesan

[11] Pendit Putu Laxman, "Manajemen Pengetahuan dan Profesional Informasi: Harapan, Kenyataan dan Tantangan." (Depok, Universitas Indonesia, 2001), 64.

lebih lanjut. Sebagai contoh, pemakai perpustakaan mencari informasi tentang penelitian perpustakaan. Petugas perpustakaan kemudian mengambilkan bukutentang penelitian perpustakaan karangan Sulityo-Basuki. Di sini, petugas menganggap bahwa informasi tersebut berada dalam buku itu yang dapat diambil dari rak dan diberikan kepada pemakai.

Dalam hubungannya dengan sistem informasi, informasi dapat kita definisikan sebagai kumpulan data yang terstruktur yang kita komunikasikan lewat bahasa lisan, surat kabar, video, dan lain sebagainya. Hal tersebut dapat mempunyai dua pengertian, yaitu

a. sebagai benda nyata (*information as a thing*) dan
b. sebagai sesuatu yang abstrak. Definisi tersebut berdasarkan pendapat Teskey. Menurutnya, informasi adalah kumpulan data yang terstruktur yang disampaikan seseorang kepada orang lain.[12]

Kemudian, Gordon B. Davis juga memberikan definisi. Menurutnya, informasi dari sudut pandang sistem informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini atau mendatang. [13]

Di samping itu, dalam Oxford English Dictionary, dijabarkan informasi sebagai sesuatu yang dapat diberitahukan atau dijelaskan (that of which is apprised or told), keterangan (intelligence), dan berita (news). Berita, menurut

[12] Putu Laxman, 64.
[13] Gordon B. Davis, *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen* (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1999), 28.

Arifin (1997), adalah informasi yang menarik, penting, dan belum pernah didengar. [14]

Dalam Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, disebutkan bahwa yang dimaksud dengan informasi dapat dilihat berikut ini.

"Keterangan, pernyataan, gagasan, serta tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta, maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi serta komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik."

Dengan demikian, pengertian informasi dalam modul menggunakan definisi dari Undang-Undang No 14 Tahun 2008.

Terkait dengan mutu informasi, Buckland menjabarkan informasi menjadi:

a. *information-as-process* (berperan menyampaikan),
b. *information-as-knowledge* (sesuatu yang dirasakan dalam *information-as-process*, pengetahuan yang dikomunikasikan), dan
c. *information-as-thing*, informasi adalah objek, seperti data dan dokumen yang dapat memberikan informasi.[15]

[14] Peter Zorkoczy, *Information Technology: An introduction* (London: Pitman Publishing, 1990), 9.
[15] Rahmi Rivalina, "Pola Pencarian Informasi di Internet," *Kemendikbud* VII (2004): 203.

Individu sebagai pengguna tentu mengharapkan informasi yang akurat. Informasi harus sesuai dengan kenyataan. Keandalan suatu informasi meningkat apabila informasi tersebut dapat diverifikasi, yakni kebenarannya dapat dibuktikan secara independen. Informasi harus cukup *up-to-date*. Sesuai dengan maksud penggunaannya, informasi harus lengkap dan tepat sehingga pihak yang menerima dapat memilih perincian spesifik yang sesuai dengan kebutuhannya. Informasi harus bermakna jelas, yakni dapat dimengerti oleh si penerima.[16]

1. Jenis-jenis Informasi

Ada bermacam-macam jenis informasi dilihat dari sudut pandang yang berbeda. Salah satunya melalui kegiatan yang dilakukan oleh manusia. Jenis informasi untuk kegiatan manusia menurut Soetaminah (1991) terdiri atas hal-hal berikut.

a. Informasi untuk kegiatan politik. Informasi ini digunakan oleh para politikus dalam melakukan kegiatan politiknya. Misalnya, informasi yang didapat oleh anggota partai politik A mengenai akan adanya *reshuffle* kabinet. Kemudian, informasi ini digunakan oleh partai politiknya untuk menyusun strategi mendekati kepala negara agar mendapatkan kursi di kabinet. Akan tetapi, oleh partai politik B yang juga mendengar informasi itu, digunakan untuk melemahkan kinerja pemerintahan agar

[16] Zorkoczy, *Information Technology: An introduction*, 12–13.

menggoyangkan kabinet yang sedang berjalan dan mereka berusaha menggulingkan pemerintahan.

b. Informasi untuk kegiatan pemerintahan. Informasi ini digunakan para pejabat untuk menyusun rencana, membuat keputusan, dan kebijakankebijakan pemerintah. Misalnya, informasi dari para menteri kepada presiden tentang daerah yang terkena bencana alam. Informasi ini digunakan oleh presiden untuk menyusun strategi membuat kebijakan tentang penanggulangan bencana alam secara menyeluruh.

c. Informasi untuk kegiatan sosial. Informasi ini digunakan oleh pemerintah untuk menyusun rencana-rencana, membuat keputusan dan kebijakan, serta menentukan program kerja, antara lain untuk program-progam kerja kesehatan, pendidikan, atau di luar kegiatan utama dari departemen yang membawahinya.

d. Informasi untuk dunia usaha. Informasi yang dibutuhkan untuk dunia usaha mencakup masalah-masalah: 1) pemupukan modal usaha melalui pinjaman dari bank; 2) investasi; 3) lokasi pabrik; 4) berbagai macam hal yang terkait dengan produksi, seperti jenis produksi, kualitas dan kuantitasnya, pemasaran hasil produksi, dan distribusi hasil produksi; 5) hubungan perusahaan dengan pemerintahan; serta 6) persaingan, alih teknologi, dan lain-lain.

e. Informasi untuk kegiatan militer. Informasi ini diperlukan oleh pejabat militer agar selalu mengikuti informasi kemiliteran yang meliputi

perubahan sistem persenjataan, perubahan sistem logistik, perubahan sistem administrasi, perencanaan strategi, dan pembinaan pasukan.

f. Informasi untuk penelitian. Untuk melakukan penelitian, seorang peneliti perlu mengetahui berbagai macam penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti lain, termasuk hasilnya. Hal ini perlu dilakukan untuk menghindari duplikasi penelitian. Di samping itu, peneliti perlu mengetahui dari mana sumber-sumber informasi itu diperoleh, misalnya melalui jurnal-jurnal, baik tercetak maupun online.

g. Informasi untuk pengajar. Pengajar, baik guru maupun dosen, membutuhkan informasi untuk menambah pengetahuan mereka. Untuk memperluas cakrawala pengetahuan, mereka dapat membacanya dari bukubuku, majalah, atau hasil-hasil penelitian, baik tercetak maupun elektronik.

h. Informasi untuk tenaga lapangan. Tenaga lapangan, baik penyuluh pertanian maupun penyuluh kesehatan, adalah orang-orang yang bekerja memberikan informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, mereka butuh informasi yang praktis dan mudah, misalnya petunjuk bergambar untuk identifikasi hama padi atau petunjuk bergambar untuk membersihkan sarang nyamuk, cara memberantas sarang-sarang nyamuk, dan sebagainya. Petunjuk-petunjuk itu bisa mereka dapatkan dari buku-buku praktis.

i. Informasi untuk individu adalah informasi yang dibutuhkan seseorang sesuai dengan statusnya dalam masyarakat, pendidikannya, dan

kegiatannya. Sebagai contoh, seseorang yang membutuhkan informasi untuk membantu kegiatannya dalam dunia perdagangan, misalnya informasi tentang kurs dolar ke rupiah; orang yang ingin bepergian ke Arab Saudi, misalnya kurs real ke rupiah; atau informasi tentang keberangkatan pesawat terbang, kereta api, dan sebagainya.

j. Informasi untuk pelajar dan mahasiswa. Pelajar dan mahasiswa membutuhkan informasi guna mengembangkan pengetahuannya. Merekamencari informasi dari buku teks, buku wajib, majalah, dan sebagainya guna memperoleh tambahan pengetahuan.

Dari besar dan banyaknya informasi yang ada di alam ini, hanya sebagian yang berhasil dirasakan, didengar, dilihat, dan direkam oleh manusia. Akan tetapi, informasi yang sempat direkam dalam berbagai bentuk perekaman inilah yang kelak bisa dikembangkan dalam kinerja kehidupan manusia. Informasi terekam ini banyak dicari dan dimanfaatkan oleh manusia sesuai dengan kepentingannya.[17]

Terkait dengan hal itu, ada pembagian jenis informasi lain yang terkait dengan dokumentasi, seperti yang disebutkan oleh Pramanto (2004) yaitu informasi yang terekam dan informasi tak terekam. Informasi terekam adalah informasi yang dapat direkam melalui berbagai alat atau media, antara lain media grafis, media elektronik, dan media audiovisual, tak terkecuali media cetak. Selanjutnya, jenis informasi ini disebut dokumen. Contohnya, informasi

[17] Pawit M. Yusuf, "Hubungan Komunikasi, Informasi, dari Sudut Pandang Pendekatan Berorientasi Pemakai.," *Universitas Diponegoro* V (2002): 91.

tentang suatu artikel tentang suatu subjek tertentu dimasukkan dalam jurnal ilmiah, kemudian disimpan dalam CD-ROM. Sementara itu, informasi yang tak terekam merupakan informasi yang belum atau tidak dapat direkam karena situasi dan kondisi serta nilai kepentingan yang dikandung informasi itu. Misalnya, informasi informal mengenai kecelakaan kereta api atau pesawat.[18]

2. Nilai-nilai Informasi

Informasi dalam konteks sistem informasi akan menjadi bernilai, semakin formal, dan ideal apabila didasarkan pada sepuluh sifat menurut Burch dan Strater berikut:

a. *Accesibility*: sifat ini menunjukkan mudah dan cepatnya diperoleh keluaran informasi.
b. Luas dan lengkapnya (*comprehensiveness*): sifat ini menunjukkan lengkapnya isi informasi. Hal ini tidak berarti hanya mengenai volumenya, tetapi juga mengenai output informasinya.
c. Ketelitian (*accuracy*): berhubungan dengan tingkat kebebasan dari kesalahan pengeluaran informasi.
d. Kecocokan (*appropriateness*): sifat ini menunjukkan seberapa jauh keluaran informasi berhubungan dengan permintaan para pemakai. Isi informasi harus berhubungan dengan masalah.
e. Ketepatan waktu (*timeliness*): berhubungan dengan waktu yang dilalui dan yang lebih pendek pada saat diperolehnya informasi.

[18] Wulandari, Ratih Florentina, Dkk, *Dasar-dasar Informasi* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), 35.

f. Kejelasan (*clarify*): atribut ini menunjukkan tingkat keluaran informasi dan bebas dari istilah-istilah yang tidak dipahami.
g. Keluwesan (*flexibility*): sifat ini berhubungan dengan dapat disesuaikannya keluaran informasi.
h. Dapat dibuktikan (*verifiability*): atribut ini menunjukkan kemampuan beberapa pengguna informasi untuk menguji keluaran informasi dan sampai pada kesimpulan yang sama.
i. Tidak ada prasangka (*freedom from bias*): sifat ini berhubungan dengan tidak adanya keinginan untuk mengubah informasi guna mendapatkan kesimpulan yang telah dipertimbangkan sebelumnya.
j. Dapat diukur (*quantifiable*): sifat ini menunjukkan hakikat informasi yang dihasilkan pada sistem informasi formal.[19]

Menurut Zorkoczy, suatu informasi yang bermutu tinggi dapat membuat si penerima peka terhadap lingkungan sehingga mampu mengambil tindakan untuk mengatasi setiap perubahan situasi yang terjadi. Daya atau kemampuan yang dimiliki informasi ini tampak dalam kemampuannya membentuk gagasan, baik fisik maupun mental. Dalam kelanjutannya, informasi yang bermutu rendah dapat menimbulkan kesalahpahaman atau penyimpangan makna sebagai akibat suatu gangguan terhadap sumber informasi atau proses transmisi. Informasi merupakan sarana baku untuk menunjang dan meningkatkan kegiatan bidang ilmu pengetahuan, kebudayaan, dan teknologi.[20]

[19] Davis, *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*, 58–59.
[20] Zorkoczy, *Information Technology: An introduction*, 14.

3. Karakteristik Informasi

Informasi sangat berperan dalam komunikasi manusia. Dalam suatu organisasi, karakteristik informasi disesuaikan dengan jajaran manajemen untuk menyelaraskan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tugas yang diembannya. Oleh karena itu, jajaran manajemen perlu mengenali karakteristik informasi, seperti apa yang ditulis oleh Wulandari (2007) sebagai berikut:

a. Luas informasi

Luas informasi adalah seberapa luas ruang lingkup informasi tersebut. Misalnya, pada manajemen tingkat bawah, luas informasi yang dibutuhkan lebih terbatas daripada manajemen tingkat menengah. Apalagi manajemen tingkat atas yang tentunya informasi yang dibutuhkan lebih luas. Misalnya, manajemen tingkat bawah, pada subbagian akademis, membutuhkan informasi berapa jumlah anggaran untuk pengelolaan administrasi akademis di fakultas tersebut. Sementara itu, manajemen tingkat menengah, yaitu kepala bagian tata usaha, membutuhkan informasi berapa dana yang didapat untuk pengelolaan ketatausahaan, yang meliputi bidang akademis, rumah tangga, serta kepegawaian dan keuangan. Sementara itu, manajemen tingkat atas, misalnya pembantu dekan bidang administrasi dan keuangan, perlu mengetahui informasi berapa dana yang didapat untuk kebutuhan seluruh fakultas. Ini meliputi tata usaha dan jurusan-jurusan yang ada.

b. Kepadatan informasi

Kepadatan informasi yang dimaksud adalah seberapa berisinya informasi yang diterima. Misalnya, untuk manajemen tingkat atas, informasi yang dibutuhkan adalah informasi yang terseleksi dan padat, tetapi mencakup hal-hal yang luas. Untuk manajemen tingkat menengah, informasi yang dibutuhkan adalah informasi yang cukup padat, tetapi tidak terlalu luas dan cukup terseleksi untuk lingkup bidangnya yang menitikberatkan bidang operasionalnya. Untuk manajemen tingkat bawah, informasi yang dibutuhkan tidak sepadat dan terseleksi tingkat menengah, tetapi sangat terseleksi untuk subbidang tugasnya.

c. Frekuensi informasi

Frekuensi informasi artinya keseringan informasi atau tingkat rutinitas informasi yang dibutuhkan oleh masing-masing tingkatan manajemen. Untuk manajemen tingkat bawah, frekuensi informasi yang diterima lebih rutin sesuai dengan sifat pekerjaannya. Untuk manajemen tingkat menengah, frekuensi informasi tidak menentu dan mungkin bisa mendadak saat dibutuhkan pimpinan. Sementara itu, untuk manajemen tingkat atas, frekuensi lebih tidak terstruktur dan mendadak sewaktu-waktu untuk pengambilan keputusan.

PONOROGO

d. Waktu informasi

Waktu informasi adalah informasi tentang kondisi atau situasi yang telah dilalui dan akan dihadapi oleh organisasi tersebut di masa depan.

Pada manajemen tingkat atas dan menengah, informasi yang dibutuhkan adalah informasi prediksi masa depan, tingkat menengah lebih ke informasi masa kini, dan manajemen tingkat bawah lebih pada informasi historis untuk mengontrol tugas-tugas rutin yang telah dilakukan karyawan.

e. Sumber informasi

Sumber informasi berarti sumber dari mana informasi tersebut didapat, yaitu sumber internal dan sumber eksternal. Sumber internal banyak dibutuhkan manajemen tingkat bawah untuk mengontrol kegiatan-kegiatan operasional sehari-hari. Sumber informasi eksternal banyak dibutuhkan oleh manajemen tingkat menengah dan atas yang digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis yang berjangka panjang.[21]

C. *Uses and gratification*

Teori *uses and gratification* membedakan pentingnya kegiatan atau kegiatan aktivisme atau aktivisme agar dapat lebih memahami khalayak. Aktivitas berarti yang dilakukan konsumen media, dalam hal ini publik. Sedangkan aktivisme berarti berbicara tentang kebebasan yang dimiliki publik dan otonomi dalam situasi komunikasi massa. Aktivitas tersebut relatif dan berbeda untuk setiap individu.

[21] Wulandari, Ratih Florentina, Dkk, *Dasar-dasar Informasi*, 37–38.

Telah diketahui dalam tradisi studi media bahwa penelitian penggunaan dan kepuasan tidak menawarkan teori penggunaan media apa pun. Selain itu, *Uses and gratification* dipahami sebagai seperangkat konsep yang menjadi dasar hubungan antara penggunaan media dan kepuasan media. *Uses and gratification* lebih berorientasi pada psikologis dalam arti merupakan cara untuk meningkatkan pemahaman publik tentang fungsi psikologis penggunaan media.[22]

Griffin (2018) mengatakan bahwa ada typology (kelompok klasifikasi) yang menggambarkan hubungan antara audiens dengan media menurut teori *uses and gratification*:

1. *Passing time* sebagai upaya untuk mengisi waktu luang.
2. *Companionship* untuk mendapatkan teman atau partner yang baru.
3. *Escape* untuk memiliki waktu sendiri dan melarikan diri dari tekanan suatu masalah.
4. *Enjoyment* untuk mendapatkan sesuatu yang menyenangkan.
5. *Social Interaction* untuk menciptakan hubungan dengan orang lain.
6. *Relaxation* sebagai tempat untuk relaksasi, membuat diri menjadi lebih santai.
7. *Information* untuk menggali informasi atau membuat audiens tetap up-to-date.

PONOROGO

[22] Robert Abelman, "Religious Television *Uses and gratifications*" 31 (1987): 293–307.

8. *Excitement* untuk mendapatkan sensasi lain yang bersifat menyenangkan.[23]

Dengan kata lain, pemirsa menggunakan media karena didasarkan pada motif tertentu. Perbedaan pola pemilihan media pada akhirnya menyebabkan perbedaan pola terpaan media dan pengaruhnya.

Motif berasal dari bahasa Latin, *movere* yang artinya bergerak atau *to move*. Menurut Branca theme berarti kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mendorong untuk berbuat sesuatu/merupakan *driving drive*. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai *theme* tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif juga merupakan sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Dengan kata lain motivasi adalah dorongan terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu. Dorongan disini adalah desakan alami untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan hidup. Dalam teori *employments* and delights dijelaskan bahwa khalayak terlibat aktif dalam memilih media, di mana media di gunakan untuk memenuhi motif-motif kepuasan yang di cari khalayak seperti: informasi, pendidikan, dan hiburan.[24]

---

[23] Em. Griffin, *A First Look at Communication Theory. 10th Edition* (Boston: McGraw-Hill, 2018), 20.

[24] Abelman, "Journal of Broadcasting and Electronic," 293–307.

Selain itu, Siregar dan Pasaribu menjelaskan bahwa setiap orang yang menggunakan media, ada tiga jenis motif. Berikut adalah tiga motif:

1. Motif Informatif.

   Mereka mengatakan bahwa ada orang yang memiliki motivasi informatif. Motif informatif adalah upaya memperoleh kejelasan tentang kebutuhan terhadap informasi tertentu agar ia memperoleh tentang kejelasan sesuatu hal. Informasi yang memberi kejelasan tentang sesuatu yang digunakan untuk mengurangi keragu-raguannya terhadap lingkup sosial atau lingkungan pergaulannya.

2. Motif Pendidikan.

   Ada yang mengatakan bahwa seseorang memiliki motivasi pendidikan, jika informasi yang diperoleh berdasarkan kebutuhan untuk informasi yang dapat digunakan untuk belajar atau memproses diri. Informasi yang diperoleh oleh pembaca berdasarkan alasan seperti: dapat digunakan untuk meningkatkan penampilan mereka. dalam interaksi sosial, meningkatkan pekerjaan mereka.

3. Motif Hiburan.

   Seseorang disebut memiliki motif hiburan dikarenakan ia mencari informasi yang didapat untuk memperoleh kesenangan psikologis. Jadi, informasi itu digunakan dalam konteks kepentingan pribadi dan secara langsung tidak berkaitan dengan lingkungan sosialnya. Menurut McQuail

PONOROGO

theme/motif seseorang menggunakan media, yaitu: motif hiburan, yang menetapkan sebagai pelarian dari rutinitas atau masalah sehari-hari, motifintegrator sosial, terjadi ketika mereka menggantikan media sebagai sahabat mereka, motif identitas pribadi, cara untuk memperkuat nilai-nilai pribadi, dan motif informasi, tentang bagaimana media akan membantu seseorang untuk mendapatkan informasi.[25]

Motif-motif di ataslah yang dianggap pada contoh nilai pengharapan Palmgreen merupakan kepuasan yang dicari atau diinginkan pengguna saat memakai suatu jenis media eksklusif. Dengan kata lain, pengguna akan menentukan suatu media eksklusif dipengaruhi secara eksklusif, yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuh. Motif dapat dimanipulasi dengan cara yang berbedayaitu fungsi tunggal (harapan untuk melarikan diri, kontak sosial atau kelompok bermain), fungsi ganda (pendidikan informasi, fantasi) *Strike-escape*, atau realisasi kebutuhan yang tidak dapat ditunda), empat fungsi (pengalihan, hubungan pribadi, identitas dan pengamatan pribadi, atau Observasi, Korelasi, Hiburan, Komunikasi Budaya dan Multifungsi). Jenis motif tidak terbatas, tetapi Blumler lebih sesuai dan mudah dioperasikan, *Research Guide* Blumler adalah kognitif (diperlukan untuk ekonomi dan informasi secara realitas) dan afektif yakni identitas pribadi (yaitu, menggunakan konten media apa yang penting dalam hidup atau situasi penonton itu sendiri).

---

[25] Ashadi Siregar, *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa* (Yogyakarta: Penyunting Rondang Pasaribu, Kanisius, 1998), 57.

Menurut Rosengren maksud “kegunaan” memberikan pengertian bahwa khalayak tidak dianggap sebagai pasif tetapi merupakan sebagian dari proses komunikasi yang aktif. Keterlibatan yang aktif ini pula seterusnya mendorong kepada pemilihan isi media yang sealiran dan yang dapat memenuhi keperluan serta minat khalayak. Penggunaan media adalah waktu yang dihabiskan pada waktu yang berbeda. Terdiri dari lamanya penggunaan media yang berbeda, jenis konten media yang digunakan dan perbedaan hubungan antara orang pengguna media dan konten media yang digunakan atau media secara umum. Selanjutnya menurut McQuail, manusia memiliki 4 alasan menggunakan media sosial yaitu:

1. Pengalihan (*Diversion*), yaitu melarikan diri dari pekerjaan sehari-hari dan masalah. Orang yang bekerja seharian membutuhkan media sebagai pengalih perhatian.

2. Hubungan pribadi. Ini terjadi ketika seseorang menggunakan media atas nama teman.

3. Identitas individu sebagai cara untuk meningkatkan nilai individu. Misalnya, banyak siswa merasa bahwa dapat belajar lebih banyak dengan musik dari radio.

4. Monitoring (*surveillance*), yaitu informasi tentang bagaimana media membantu seorang individu mencapai sesuatu. Misalnya, orang menonton

acara keagamaan di televisi untuk membantu mereka lebih memahami agama mereka.[26]

Dengan kata lain, pengguna akan menentukan suatu media eksklusif dipengaruhi secara eksklusif, yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi.

Teori *uses and gratifications* ialah salah satu teori yang paling terkenal serta paling banyak dipergunakan peneliti pada memecahkan masalah penelitian terkait komunikasi massa. Pada perkembangan teknologi sekarang ini, internet menjadi media baru pula dan dianggap menjadi bagian asal media massa. Khususnya jika dilihat dari sudut pandang konvergensi yang mulai marak akhir-akhir ini. Pola media massa elektronik dan cetak yang mulai merambah ke global internet, seperti e-paper, streaming, dll. Mereka memudahkan khalayak untuk mendapatkaninformasi dimana saja serta lebih cepat dibandingkan dengan media lainnya. dalam hal ini berarti sinkron dengan ciri media massa. McQuail sendiri juga menyatakan Bila internet merupakan jenis mediabaru yang menggabungkan radio, film dan televisi menggunakan teknologi sebagai penyebarannya. Maka dari itu banyak peneliti pada zaman sekarang yang menggunakan teori *uses and gratification*s dalam memecahkan penelitian terkait menggunakan media baru (internet). Banyaknya penelitian pada bidang teknologi media baru (internet) memakai teori *uses and gratifications* menunjukan bahwa media baru (internet) juga diklaim menjadi

[26] Dr. Humaizi, M. A., *Uses and Gratifications Theory* (Medan: USU Press, 2018), 29–33.

media massa sebab *uses and gratification*s sendiri merupakan teori yang dipergunakan untuk memecahkan problem dalam komunikasi massa.[27]

Dalam hal perkembangan dari media tradisional ke media baru, *Uses and gratification* sangat penting untuk mengidentifikasi peluang media baru untuk meningkatkan atau bahkan menggantikan posisi media tradisional di masyarakat. Kajian ini juga membahas kegigihan kritik dan kelemahan teori *uses and gratification* hingga kebangkitan ini. Peneliti juga menjelaskan peran teknologi telekomunikasi dan peningkatan penggunaan dan kepuasan, dan dengan munculnya kemajuan teknologi komunikasi ini, orang harus berhadapan dengan berbagai pilihan media, dan alasan motivasi dan kepuasan menjadi sangat penting bagi publik. Bahwa teori ini sangat cocok digunakan oleh para peneliti untuk melihat perkembangan berbagai teknologi media baru yang sedang populer.[28]

Pada dasarnya *uses and gratifications* selalu membawa pendekatan yang terkini di termin awal setiap media komunikasi massa baru. Ruggiero merumuskan 3 karakteristik berasal komunikasi berbasis personal komputer (internet) yang harus diteliti sang peneliti berbasis *uses and gratification*s, yaitu: Ruggiero, telah mengembangkan tiga fitur komunikasi komputer (Internet), yaitu:

---

[27] Arabi, *Mass Media and Malaysian Images for Foreign Countries: A Uses and Gratifications Perspectives* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1986), 124.

[28] Dr. Humaizi, M. A., *Uses and Gratifications Theory*, 5–6.

1. *Interactivity*, menunjukkan keadaan ketika individu dalam proses komunikasi memiliki kendali dan dapat mengubah peran proses (komunikator-komunikan).

2. *Demassification* adalah kesempatan bagi pengguna media individu untuk memilih dari menu yang sangat luas/bervariasi. Tidak seperti media tradisional lainnya, Internet dalam hal ini memungkinkan penggunanya untuk menyesuaikan pesan dengan kebutuhan mereka.

3. *Asynchrony* artinya pesan yang dikirimkan melalui Internet dapat menghubungkan komunikator dan komunikan pada waktu yang berbeda, namun tetap berinteraksi dengan baik. Individu dapat mengirim, menerima dan menyimpan pesan sesuai keinginannya. Untuk media televisi, asinkron berarti individu dapat menyimpan film di televisi dan kemudian menontonnya lagi di lain waktu.[29]

Studi ini menjelaskan interaktivitas, demasifikasi dan asinkron. Penelitian ini juga lebih lengkap dengan penjelasan tentang model pemanfaatan dan kepuasan tradisional, dua dikotomi teoritis, model pemanfaatan dan kepuasan struktural, media komunikasi baru, internet dan *uses and gratification. Uses and gratification* dan metodologi kualitatif, gambaran teoritis tentang alat dan kepuasan. *Uses and gratification* sebagai teori yang valid, penggunaan dan kepuasan sebagai teori yang pada akhirnya terbaru, yaitu penggunaan dan kepuasan serta perannya di abad ke-21. Dalam

[29] Dr. Humaizi, M. A., 29–40.

penjelasan terbaru tentang penggunaan dan kepuasan serta evolusinya di abad ke-21, para ilmuwan menjelaskan bahwa internet adalah ekologi media baru yang mengubah struktur tentang hubungan antara media tradisional seperti cetak dan elektronik, dan menggabungkannya dengan teknologi, khususnya komputer dan satelit. Kami menikmati teks, suara, gambar, animasi, video, dan lainnya melalui internet. Internet menawarkan berbagai pilihan komunikasi. Jadi, jika internet adalah bidang kekuatan baru untuk aktivitas manusia, itu berarti ia juga merupakan kekuatan baru bagi penelitian *uses and gratification*.[30]

Salah satu riset *Uses and Gratifications* yang saat ini berkembang adalah tidak hanya memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu, namun dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). GS (*Gratification Sought*) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. Sedangkan GO (*Gratification Obtained*) adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.[31]

[30] Dr. Humaizi, M. A., 29–40.

[31] R. Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 45.

BAB III

PAPARAN DATA

PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @beritamagetan SEBAGAI MEDIA INFORMASI

A. Profil Akun @beritamagetan

1. Sejarah Akun @beritamagetan

Awalnya Berita Magetan menggunakan media sosial Facebook, yaitu grup Facebook untuk berjualan yang bernama Grup Jual Beli Magetan. Antusiasme masyarakat cukup tinggi, setiap hari selalu ada postingan baru. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu para member tidak hanya memposting barang dagangan saja, mereka juga memposting informasi tentang situasi di Magetan, sehingga para member yang memposting barang dagangannya merasa jika postingan mereka tertutup oleh postingan informasi tersebut. Dari kejadian itulah admin Grup Jual Beli Magetan berinisiatif untuk membuat grup Facebook baru yang dapat menampung semua informasi dan memisahkan grup jual beli dengan grup informasi.

> "Pada awalnya masyarakat Magetan menggunakan media sosial Facebook khususnya grup Facebook untuk jual beli, yaitu bernama grup jual beli Magetan, namun dalam grup tersebut member grup bukan hanya memposting jual beli namun juga membagikan postingan beragam informasi. Member yang ingin jual beli merasa dagangannya tertutup oleh postingan informasi. Dari situlah kami berinisiatif untuk membuat grup Facebook Berita Magetan untuk memisahkan grup jual beli dengan grup informasi."[1]

[1] Wawancara, 01/W/20-X/2022.

Akhirnya terbentuklah pada tanggal 24 Oktober 2014 sebuah akun media sosial Facebook berbasis grup Facebook yang khusus menampung seluruh informasi baik itu informasi laka lantas, kriminal, prestasi, politik, event ataupun hiburan yang didirikan oleh Yuli Eko Prastowo melalui handphone.[2]

Dengan seiring berkembangnya zaman, Berita Magetan juga terus berusaha agar seluruh masyarakat dapat tertarik dan dapat mengakses informasi melalui Berita Magetan dan semakin maraknya media sosial yang lain membuat akun Berita Magetan merasa perlu membuat akun media sosial lainnya sehingga dapat terus menjadi penyaji berita yang terpercaya di Magetan. Sehingga pada tahun 2017 Berita Magetan dapat membuat beberapa akun media sosial lainnya, seperti: Instagram, YouTube, dan Twitter yang terus eksis hingga saat ini. Hal ini sesuai dengan pernyataan Yuli Eko Prastowo selaku *founder* akun @beritamagetan.

> "Sejak saat itulah akun Facebook berita magetan dibuat dan terus berusaha agar semakin banyak masyarakat yang tertarik serta mengakses informasi dari akun ini. Hingga pada tahun 2017 berita magetan dapat merambah ke media sosial lainnya seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan Twitter sampai saat ini."[3]

2. Visi dan Misi

   a. Visi

Akun Berita Magetan dibentuk untuk manjadi wadah informasi bagi masyarakat Magetan khususnya di era digital saat ini, karena menyebarnya

[2] Wawancara, 02/W/20-X/2022.
[3] Wawancara, 03/W/20-X/2022.

informasi saat ini lebih kepada media sosial. Selain sebagai wadah informasi, akun Berita Magetan juga mempunyai visi membantu warga Magetan yang membutuhkan, khususnya lansia, yatim, yatim piatu. Bantuan berupa tunai maupun kebutuhan sehari-hari, menyesuaikan kebutuhan target tersebut.

Dalam menyukseskan visi membantu masyarakat Magetan yang membutuhkan, admin membentuk sebuah komunitas yaitu beberapa korwil (koordinator wilayah) dalam menghimpun donasi yang nantinya akan dibuat untuk target. Seperti kotak koin one day one coin. Setiap member yang bergabung dapat mengumpulkan donasi setiap harinya satu koin rupiah yang setiap bulannya dikumpulkan untuk diberikan santunan kepada masyarakat yang membutuhkan.[4]

b. Misi

Dalam akun Berita Magetan yang dari nama akunnya "Berita", mengidentifikasikan sebuah nama portal berita, olah karena itu kami admin grup, admin Instagram menjalin kerjasama dengan beberapa portal berita di sekitar Magetan untuk disajikan dalam grup Facebook, Instagram maupun media sosial lainnya.

Untuk mesukseskan misi dari @beritamagetan kami menjalin kerja sama dengan portal-portal berita resmi sehingga informasi yang kami sampaikan akurat dan bisa dipertanggungjawabkan. Serta menjalin

[4] Dokumen admin @beritamagetan, 16 0ktober 2022.

hubungan baik dengan pemerintah Kabupaten Magetan agar bisa tercipta suatu komunikasi dan informasi yang selaras.[5]

3. Profil dan Logo @beritamagetan

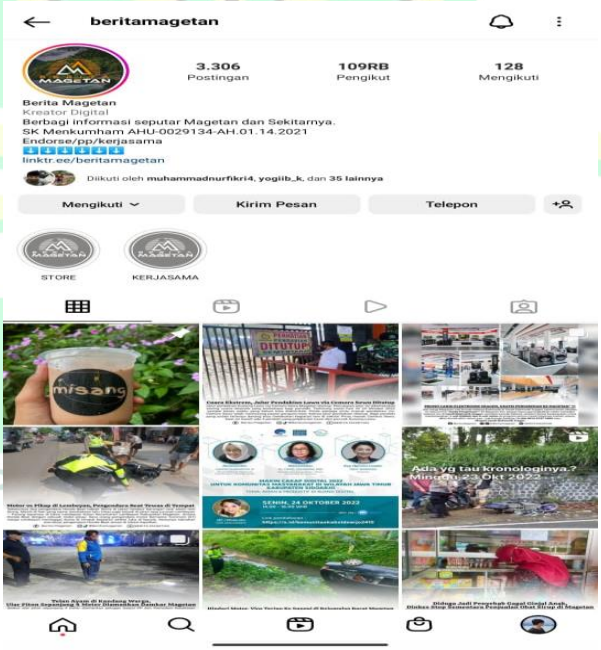
a. Profil Berita Magetan.

Nama : Berita Magetan.

Founder : Yuli Eko Prastowo.

Alamat : Perumahan Indraloka Blok D Jl. Mayjend Sungkono Sukowinangun, Kecamatan Magetan, Kabupaten Magetan.

Kontak : Whatsapp (0895-8088-98844).[6]



Gambar 3.1. Tampilan akun Instagram @beritamagetan
Sumber: Akun Instagram @beritamagetan

[5] Dokumen admin @beritamagetan, 17 0ktober 2022.
[6] Dokumen admin @beritamagetan, 19 0ktober 2022.

b. Logo

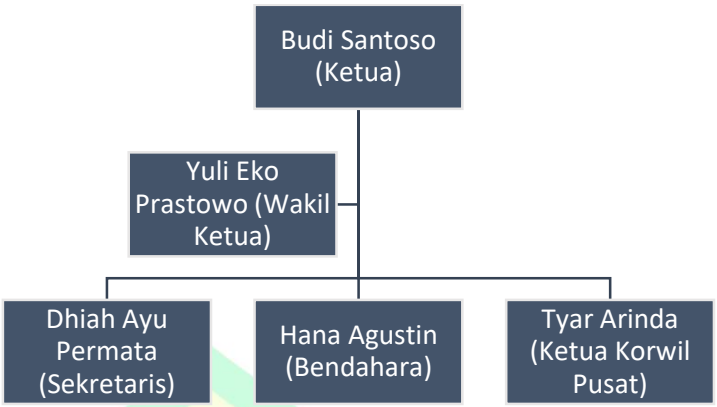
Logo Berita Magetan menggambarkan betuk huruf B dan M. Huruf B dan M membentuk seperti gunung dimana filosofi dari logo tersebut menjelaskan bahwa Magetan yang terletak di kaki gunung Lawu. Meskipun membentuk sebuah gunung, namun mempunyai garis yang tegas seperti halnya sebuah berita yang memberikan informasi yang berimbang dan tegas. Sesuai slogan berita magetan yaitu, Cerdas, Teliti berbagi informasi. menjalin silaturahmi dan peduli.[7]

Gambar 3.2. Logo @beritamagetan
Sumber: Dokumen Admin @beritamagetan

4. Struktur Organisasi

Bagan 3.1. Struktur Organisasi Berita Magetan

[7] Dokumen admin @beritamagetan, 20 0ktober 2022.



Sumber: Dokumen Admin @beritamagetan

a. *Founder*

Founder adalah pendiri atau pemilik suatu perusahaan melalui ide dan gagasan pribadinya,

b. Admin

Admin adalah seseorang yang bertugas mencatat dan memeriksa status data statistik perkembangan akun dan menjalin komunikasi dengan followes.

c. Liputan

Dalam kepengurusan akun @beritamagetan ini, liputan adalah tim liput atau orang yang bertugas mencari informasi.

d. *Editor*

Editor orang yang bertugas menyusun pesan, foto, dan video serta pembuatan caption.

e. *Marketing*

Marketing adalah orang yang bertugas dalam publikasi informasi atau menyebarluaskan informasi melalui postingan foto atu video di akun Instagram @beritamagetan.[8]

B. Paparan Data Khusus Motif Dan Kepuasan Admin Akun @beritamagetan Menggunakan Akun Sebagai Media Informasi

1. Paparan Data Khusus Motif Admin Menggunakan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi

   a. Motif penggunaan akun Instagram sebagai media penyebar berita di Magetan

      Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Dengan adanya motif inilah seseorang ataupun kelompok melakukan suatu tindakan atau aktivitas yang hendak mereka inginkan.

      Berdasarkan dari penjelasan tersebut admin @beritamagetan tidak memiliki ambisi khusus ketika akan membuat akun ini. Akun Berita Magetan ini pertama kali hadir di grup Facebook, karena pada tahun 2014 ramai orang-orang di Kabupaten Magetan menggunakan Facebook. Awalnya grup Facebook tersebut hanya digunakan untuk jual beli, mengingat pada waktu itu tidak ada grup yang memuat informasi. Namun ada beberapa member yang tidak hanya memposting dagangannya tetapi

[8] Dokumen admin @beritamagetan, 23 0ktober 2022.

juga memposting informasi, lama-kelamaan orang yang berniat jualan merasa jika postingannya tertutup postigan informasi.

Akhirnya demi kesejahteraan para member, admin berinisiatif untuk memisahkan postingan jualan dan postingan informasi, hingga lahirlah grup Facebook Berita Magetan. Admin memilih nama "Berita" agar identik dengan informasi, sedangkan nama "Magetan" untuk memberikan identitas bahwa grup ini berada di Magetan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Yuli Eko Prastowo selaku *founder* akun @beritamagetan:

> "Sebenarnya dari awal nggak ada keinginan buat nama berita magetan. Akun ini berkembang dari Facebook, pada tahun 2014 grup-grup Facebook mulai berkembang dan di Magetan itu belum ada grup yang informatif, hanya jual beli karena dulu orang-orang itu jual belinya di Facebook, terus ada orang yang mengirim informasi. Sehingga orang yang jualan disitu merasa dagangannya tertutup informasi, akhirnya saya buat grup Facebook, dan agar namanya identik dengan informasi, saya beri nama berita magetan."[9]

Kepentingan *smartphone* di masa sekarang yang penuh akan hal-hal yang serba digital ini dan banyaknya para masyarakat yang memiliki media sosial masing-masing khususnya Instagram membuat admin merasa jika informasi bisa dibagikan melalui media sosial Instagram. Masyarakat pun sekarang jadi semakin mudah mengetahui informasi melalui media sosial yang mereka operasikan setiap harinya. ini sesuai dengan ungkapan Yuli:

> "Semua orang menggunakan media sosial. Minimal orang-orang saat ini sudah punya hp android, dan dari situ mencari Instagram.

[9] Wawancara, 04/W/20-X/2022.

> Maka dari itu saya menggunakan media sosial karena kebutuhan zaman dan kebutuhan masyarakat yang membutuhkan informasi dari media sosial."[10]

Mengingat kemudahan membuat akun Instagramserta kemudahan mengoperasikan Instagram. Awalnya admin hanya iseng untuk menghabiskan waktu luang agar lebih produktif dengan membuat akun @beritamagetan. Karena akun ini masih bisa kita pantau saat kita sedang beristirahat di sela kerja, disaat kita sudah pulang kerja, ataupun saat akan tidur malam. Akan tetapi setelah berkembangnya akun ini, admin merasa jika akun ini harus terus berkembang. Maka dari itu admin selalu meluangkan waktu untuk akun ini. Hal itu sesuai dengan pernyataan Yuli[11]

Seiring dengan berkembangnya akun @beritamagetan ini sehingga sudah dikenal ratusan ribu orang di Magetan. Admin dapat menciptakan hubungan baik dengan berbagai orang maupun lemabaga. Hubungan baik itu berupa kerja sama, seperti: mempromosikan suatu produk, mempromosikan suatu tempat, ataupun menginformasikan sebuah event yang akan diselenggarakan. Akun @beritamagetan ini juga dibawah naungan Kominfo Jatim serta Kominfo Magetan. Keterangan berikut sesuai dengan ungkapan Dhiah:

> "Kita menciptakan hubungan dengan orang lain dalam bentuk kerja sama, seperti mempromosikan suatu produk, tempat, dan event. Sebenarnya itu bukan tujuan utama tapi setelah berkembangnya akun, akhirnya banyak dari pihak luar yang meminta bantuan akun

[10] Wawancara, 05/W/20-X/2022
[11] Wawancara, 06/W/20-X/2022

ini untuk mempromosikan. Awal 2020 kami bekerja sama dengan Kominfo Jatim, baru awal 2022 kami bekerja sama dengan Kominfo Magetan."[12]

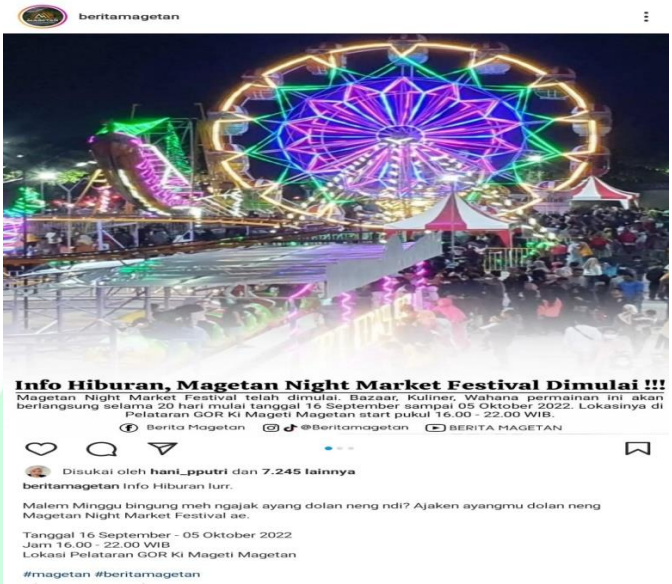
Gambar 3.3. Tampilan Promosi Produk Akun Instagram @beritamagetan

Sumber: Akun Instagram @beritamagetan

[12] Wawancara, 09/W/20-X/2022

Gambar 3.4.Tampilan Promosi Tempat Akun Instagram @beritamagetan

Sumber: Akun Instagram @beritamagetan



Gambar 3. 5.Tampilan Promosi Event Akun Intsagram @beritamagetan

Sumber: Akun Instagram @beritamagetan

Terciptanya akun Instagram @beritamagetan ini memang ditujukan untuk memudahkan masyarakat Magetan *mengupdate* berita. Admin akun @beritamagetan akan terus berusaha memperbaiki semua informasi yang disampaikan, sehingga akun @beritamagetan inilah nanti yang dapat dijadikan barometer informasi di Magetan. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan Dhiah:

> "Kita membuat akun ini agar masyarakat mudah *update* berita. Harapan kami yang dari awalnya iseng, ternyata kami dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Maka dari itu kami

berusaha supaya akun berita magetan ini jadi barometer informasi di Magetan."[13]

Adanya akun Instagram @beritamagetan memang difokuskan untuk menampung seluruh informasi di Kabupaten Magetan dan Kabupaten di sekitarnya seperti, Kabupaten Ngawi, Kabupaten Madiun, Kota Madiun, dan Kabupaten Ponorogo. Akun @beritamagetan akan menyajikan seluruh informasi, baik itu informasi kriminal, bencana, prestasi, hiburan, ataupun politik. Hal itu sesuai dengan pernyataan Hana.[14]

Para admin @beritamagetan memiliki hobi menulis dan membaca sejarah, sehingga jika ada informasi dari portal-portal berita akan di *re-write* supaya para pembaca, yakni para *followers* menjadi lebih mudah memahaminya dan dapat memunculkan karakter akun @beritamagetan dalam penulisan berita. Keterangan berikut sesuai dengan pernyataan Hana:

"Sebenarnya kami punya hobi menulis dan baca-baca sejarah. Dan dari situ akhirnya kalau kita dapat informasi dari portal berita kami *re-write* supaya *followers* kami lebih paham dan memunculkan karakter kami."[15]

b. Motif penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media mendapatkan hiburan

[13] Wawancara, 11/W/20-X/2022
[14] Wawancara, 16/W/20-X/2022
[15] Wawancara, 17/W/20-X/2022

Dapat diterimanya akun @beritamagetan di kalangan masyarakat, khususnya masyarakat Magetan menjadi hal yang sangat menyanangkan bagi admin. Admin membuat akun ini memang bertujuan untuk mendapatkan teman baru, karena melaui akun ini admin dapat mengenal banyak orang. Di lain sisi admin juga ingin membangun sebuah komunitas supaya informasi di Magetan lebih cepat tersampaikan. Dengan adanya akun ini admin dapat menginformasikan dengan cepat dan akurat dan para *followers* juga menjadi mudah untuk mempublikasikan sebuah informasi. Uraian tersebut sesuai dengan ungkapan Dhiah Ayu Permata selaku admin sekaligus sekretaris organisasi Berita Magetan:

> "Kita senang aku @beritamagetan dapat diterima dengan baik oleh setiap lapisan mayarakat di Magetan. Dengan diterimanya akun ini kita bisa memperoleh banyak teman. Kami memang membuat grup ini untuk mendapatkan teman baru, karena kami ingin membangun sebuah komunitas yang dapat membantu banyak orang dengan cara mempercepat penyeebaran informasi."[16]

Akun @beritamagetan juga dapat membantu admin ketika terjadi suatu masalah dalam pekerjaan ataupun hal lain. Dengan membuka akun dan melihat komentar yang lucu dari para pengikut akun yang berkomentar pada salah satu postingan di akun @beritamagetan ini terkadang membuat admin tertawa sehingga dapat melupakan sejenak

[16] Wawancara, 07/W/20-X/2022

masalah yang sedang terjadi dan kembali bersemangat. Deskripsi tersebut sesuai dengan pernyataan Yuli:

> "Terkadang disaat kita ada sedikit masalah dalam pekerjaan ataupun hal lain, beberapa kali kita dapat melupakan masalah lewat akun ini. Dengan cara kita mebuka dan melihat akun ini, lalu membaca komentarnya, hal itulah yang kadang membuat kita tertawa, sehingga dapat membuat kita lupa sejenak tentang masalah kita."[17]

Ada kalanya admin menghadapai situasi santai dan adakalanya admin haru serius. Saat melihat komentar-komentar lucu dari para *followers* yang memberikan komentarnya di postingan akun @beritamagetan itulah situasi santai admin. Sedangkan saat serius, admin harus berfikir keras menerima postingan yang ingin disampaikan oleh para *followers* agar tidak menibulkan masalah di kemudian hari. Deskripsi tersebut sesuai dengan pernyataan Dhiah:

> "Ada saat kita santai, ada juga disaat seriusnya juga. Saat kita adalah saat kita melihat komentar-komentar para member dan mengirim ulang postingan dari akun yang menandai akun @beritamagetan. Sedangkan saat kita serius adalah saat kita menyetujui postingan yang akan kita posting itu, kita harus berpikir keras."[18]

Admin @beritamagetan akan terus berupaya agar para *followers* semakin tertarik dan nyaman mengikuti akun Instagram @beritamagetan. Hal itu dilaksanakan dengan cara *merepost* seluruh postingan yang menandai akun Instagram @beritamagetan, jika postingan tersebut tidak mengandung unsur negatif serta sesuai prosedur

[17] Wawancara, 08/W/20-X/2022
[18] Wawancara, 10/W/20-X/2022

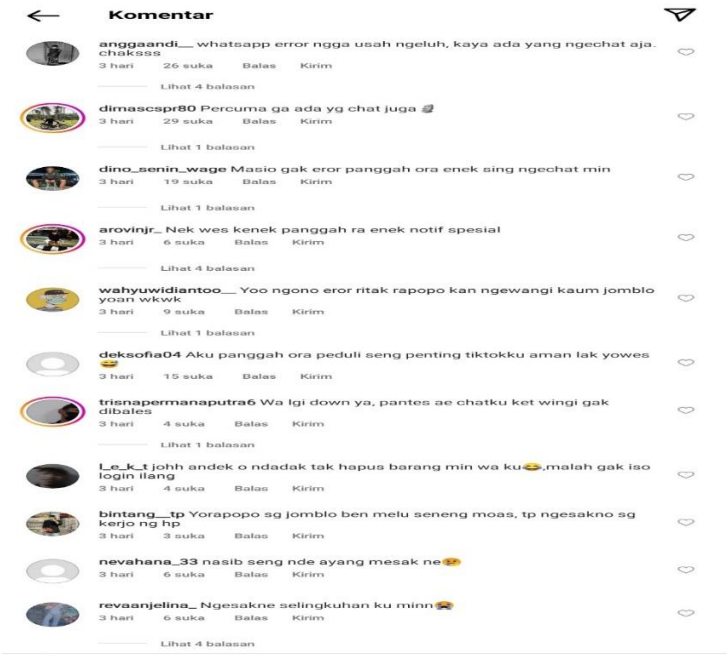
yang telah disampaikan admin. Admin juga akan terus memperbaiki setiap postingan yang akan di posting nantiya supaya postingan-postingan di akun ini menjadi lebih bagus dan berkarakter. Keterangan tersebut sesuai dengan pernyataan Dhiah:

> "Kita berusaha agar masyarakat lebih tertarik dan lebih merasa nyaman lagi di akun ini, dengan cara kita selalu *merepost* siapapun akun yang menandai akun @beritamagetan asalkan sesuai prosedur dan memperbaiki seluruh postingan yang akan kita posting kedepannya."[19]

Terkadang saat jenuh kita membuka akun untuk melihat komentar-komentar para *followers* supaya kita bisa tertawa. Banyaknya masyarakat yang memantau akun Instagram @beritamagetan membuat dari mereka juga banyak yang berkomentar, terkadang komentar itu ada yang aneh, ada juga yang lucu. Hal itulah yang kemudian menjadikan suatu hiburan tersendiri bagi admin, karena disaat admin merasa jenuh, dengan melihat komentar-komentar konyol dan lucu itu dapat membuat admin tertawa. Deskripsi tersebut sesuai dengan keterangan Dhiah.[20]

PONOROGO

[19] Wawancara, 12/W/20-X/2022
[20] Wawancara, 13/W/20-X/2022



Gambar 3.6. Tampilan kolom komentar pada akun Instagram @beritamagetan

Sumber: Akun Instagram @beritamagetan

Antusiame masyarakat dalam akun ini membuat admin dapat bersosialisai dengan masyarakat melalui siaran live Instagram, serta lewat akun @beritamagetan ini admin dapat bersilaturahmi dengan para admin kabupaten yang lain dengan cara berkumpul bersama dan juga berkat akun ini admin dapat bersosialisasi dengan seluruh admin media informasi se-Jawa Timur yang berada di bawah naungan Kominfo Jatim mulai dari admin Instagram, admin Facebook, ataupun admin Twitter dalam acara Jambore yang diadakan Kominfo Jatim supaya para admin akun informasi se-Jawa Timur saling mengenal antara satu dengan yang lainnya. Deskripsi tersebut sesuai dengan pernyataan Hana Agustin selaku admin sekaligus bendahara organisasi Berita Magetan:

> "Lewat akun ini kita juga dapat bersosialisasi dengan *followes* dan juga para admin yang lain baik admin akun kabupaten maupun provinsi. Pertama kita dengan admin seluruh media sosial di Magetan kita sudah bersosialisasi, kedua mulai 2020 itu pihak kominfo jatim mengundang untuk jamboree dan di acara itu kita dapat bersosialisai dengan seluruh admin media sosial di Jawa Timur, mulai dari Instagram, Facebook, dan Twitter."[21]

Admin bersyukur lewat akun ini, admin merasa berguna bagi orang lain. Admin bisa membantu orang yang kehilangan sesuatu dengan cara memposting informasi kehilangan tersebut ke akun Instagram @beritamagetan agar masyarakat yang lain tau dan jika ada yang menemukan barang tersebut bisa menghubungi pemiliknya. Lewat akun ini juga admin bisa membantu anak yatim dan kaum dhuafa dengan cara admin membentuk komunitas yang bertugas untuk mengumpulkan donasi yang nantinya akan disampaikan kepada para anak yatim dan dhuafa tersebut. Hal tersebut memang sesuai dengan visi akun Instagram @beritamagetan. hal itu sesuai dengan pernyataan Hana:

> "Alhamdulillah ,lewat akun kita ini bisa banyak membantu seseorang, seperti: jika ada orang yang kehilangan, kita bisa bantu merepost. Jika untuk skala yang lebih luas, alhamdulilah kemaren kita membentuk komunitas yang berfokus untuk membantu dhuafa dan anak yatim dengan memberikan sembako ataupun uang tunai, itu sesuai dengan visi kita."[22]

PONOROGO

[21] Wawancara, 14/W/20-X/2022
[22] Wawancara, 15/W/20-X/2022

Gambar 3.7. Penyaluran sumbangan admin @beritamagetan kepada anak-anak yatim

Sumber: Dokumen admin @beritmagetan

Berita Magetan dari awalnya hanya di grup Facebook pada tahun 2014. Pada saat itu memang Instagram belum ramai dipergunakan, dalam media sosial Instagram hanyalah milik pribadi, tidak ada akun Instagram yang berciri khas suatu daerah. Kemudian di tahun 2016-2017 akun Instagram daerah mulai banyak bermunculan, sehingga admin tertarik untuk membuat akun Instagram@beritamagetan. Deskripsi tersebut seuai dengan ungkapan Hana:

> "Yang berawal ramai di Facebook tahun 2014, pada tahun itu di Magetan akun Instagram masih menjadi milik pribadi belum ada akun dengan ciri daerah. Barulah tahun 2016-2017 an mulai ramai akun daerah, maka dari itu berita magetan membuat akun Instagram."[23]

[23] Wawancara, 18/W/20-X/2022

2. Paparan Data Khusus Kepuasan Admin Menggunakan Akun @beritamagetan Sebagai Media Informasi.

Saat pertama kali membuat akun Berita Magetan, admin hanya iseng untuk memisahkan postingan jual beli dengan postingan informasi. Dan pada tahun 2014 tersebut media informasi belum sebanyak saat ini, sehingga admin tidak berniat mencari apapun. Hal ini disampaikan oleh Tyar Arinda selaku Ketua Korwil Pusat serta admin akun Instagram @beritamagetan:

> "Pertama kali saya buat akun ini hanya iseng. Dari awalnya yang hanya iseng akhirnya saya menemukan bahwa orang-orang itu perlu informasi. Pada tahun 2014 belum rame informasi di media sosial. Maka dari itu saya buat akun ini, jadi gaada apa –apa yang ingin dicari."[24]

Karena memang sejak awal tidak ada yang dicari, admin merasa puas ketika akun Instagram@beritmagetan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Magetan. Admin merasa senang karena dirinya sekarang dapat berguna bagi banyak orang. Lewat akun @beritamagetan masyarakat jadi semakin mudah mendapat informasi. Uraian tersebut juga disampaikan oleh Tyar Arinda:

> "Karena saya awalnya nggak ada keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang lebih (finansial), jadi kepuasannya di hati. Saya senang merasa berguna bagi orang lain, dengan orang-orang bisa menerima informasi dari berita magetan ini menjadi lebih mudah, hati saya senang."[25]

Admin bersyukur karena akun Instagram @beritamagetan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, dan niatnya yang dari awal hanya

[24] Wawancara, 19/W/20-X/2022
[25] Wawancara, 20/W/20-X/2022

ingin berbagi infomasi telah terlaksana hingga saat ini. untuk kedepannya admin akan berusaha agar akun @beritamagetan dapat menjadi barometer berita di Magetan. Deskripsi tersebut sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Tyar Arinda.

> "Alhamdulilah sampai hari ini sudah sesuai apa yang kita inginkan dan yang terjadi saat ini, karena informasi kami dapat diterima khususnya bagi warga Magetan. Sekarang kita berusaha agar orang-orang Magetan mencari informasi itu barometernya disini."[26]

Dengan berkembang pesatnya *followers* dan kualitas postingan akun Instagram@beritamagetan membuat akun ini diminati banyak masyarakat. Tak hanya itu, dengan aktif berkontribusinya akun ini dalam menyampaikan informasi di wilayah Kabupaten Magetan ini membuat akun Instagram@beritamagetan terpilih sebagai *the best media social information* oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Magetan yang diselenggarakan pada Mei 2021. Hal itu sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Budi Santoso ketua organisasi Berita Magetan[27]

Selalu *updatenya* akun @beritamagetan dalam penyampaian informasi membuat setiap harinya *followers* akun @beritamagetan semakin baertambah, bahkan saat ini sudah mencapai 110.000 *followers*. Itu membuktikan jika akun Instagram@beritamagetan masih dipercaya dan diikuti oleh masyarakat Magetansebagai salah satu sumber informasi di Magetan. Penjelasan tersebut sesuai dengan pernyataan Budi Santoso.[28]

---

[26] Wawancara, 21/W/20-X/2022
[27] Wawancara, 22/W/20-X/2022
[28] Wawancara, 23/W/20-X/2022

Akun Instagram@beritamagetan memiliki segmentasi usia 18 tahun hingga 30 tahun. Banyak postingan dari akun Instagram@beritamagetan yang di tindak lanjuti, seperti: postingan adanya jalan rusak di wilayah tertentu, kemudian selang beberapa waktu pihak Dinas Pelayanan Umum mengecek lokasi tersebut dan memperbaikinya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Budi Santoso:

> "Kita kurang tau peran kami di Magetan karena media sosial disini ada banyak dan itupun punya segmentasi sendiri-sendiri. Kalo di kami segmentasinya lebih ke usia 18-30 an. Tapi kami cukup banyak postingan kami yang di respon pemerintah, seperti: perbaikan jalan rusak."[29]

Admin akun Instagram@beritamagetan hanya memiliki hambatan dalam segi waktu ketika menjawab ataupun merespon *direct messenger* (DM), karena mereka masih harus bekerja sehingga tidak bisa langsung menjawab pesan tersebut. Itu sesuai dengan ungkapan Yuli Eko Prastowo:

> Dari segi pribadi kami memiliki hambatan dari segi waktu, terkadang kita nggak bisa tepat waktu menjawab ketika ada orang yang memberikan pesan karena kami juga bekerja.[30]

Dengan adanya akun Instagram@beritamagetan mempermudah para *followers* yang berada di luar kota untuk memantau situasi di Kabupaten Magetan. Dengan melihat postingan yang di posting oleh admin telah mengobati kerinduan *followers* tentang kampung halaman mereka. Terkadang disaat para *followers* yang sedang merantau akan pulang, mereka bisa memantau situasi, seperti: bagaimana keadaan di Magetan saat ini,

[29] Wawancara, 24/W/20-X/2022
[30] Wawancara, 25/W/20-X/2022

apakah hujan atau tidak, ataupun apakah rute perjalanan yang akan dilalui sampai rumahnya dapat dilewati. Meskipun itu sepele, namun itu semua sangat membantu bagi yang bersangkutan. Hal itu sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Ahmad Syamsul Ma'arif, salah satu *followers* yang sedang bekerja di luar kota.

> Meskipun saya bekerja di luar kota, saya tetap dapat mengetahui informasi tentang Kabupaten Magetan dengan melihat atau memantaunya lewat @beritamagetan, karena akun ini selalu *update* baik dari postingan ataupun *Instastory*. Melalui akun ini juga terkadang jika saya akan pulang, saya mengecek keadaan, apakah rute yang akan saya tempuh hujan atau tidak, ataupun memantau rute yang akan saya lewati dapat dilewati atau tidak.[31]

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pendapat Muhammad Wildan Zakky Asrori salah satu satu *followers* akun Instagram@beritamagetan. Dikarenakan pekerjaan orang tuanya yang mengharuskan dirinya tinggal di berbagai tempat atau nomaden. Sehingga ketika dirinya kembali ke Magetan ia merasa bingung hendak bepergian kemana. Dengan adanya akun Instagram@beritamagetan yang menyapaikan informasi seputar tempat-tempat wisata di Magetan mempermudahkan orang-orang seperti dirinya yang tidak mengerti tempat-tempat yang indah di magetan menjadi tau dan bisa menikmati keindahan Kabupaten Magetan.

PONOROGO

> Dari sekian postingan di @beritamagetan selain saya *update* informasi, saya juga dapat mengikuti tempat-tempat wisata di Kabupaten Magetan. Karena saya masih harus nomaden, kadang tinggal di Magetan, kadang di luar kota mengikuti orang tua saya. Saya kurang mengetahui destinasi di Magetan. Akan tetapi lewat

[31] Wawancara, 26/W/22-X/2022

> akun ini saya dapat terus *update* tempat-tempat wisata khususnya di Magetan.[32]

Selain itu di akun Instagram @beritamagetan juga memuat berbagai informasi tentang informasi lowongan pekerjaan yang diadakan oleh lembaga terkait yang membutuhkan jasa tenaga kerja. Hal itu diperkuat dengan pernyataan Muhammad An'im Kafabihi yang mempergunakan akun Instagram@beritamagetan sebagai salah satu wadah mencari lowongan pekerjaan. Disaat begitu sulitnya mencari lowongan pekerjaan, akun ini dapat menjadi solusi untuk menemukan pekerjaan sesuai yang diinginkan.

> Di @beritamagetan selain saya mendapat informasi seputar wilayah Karesidenan Madiun, khususnya Magetan saya juga mendapat informasi lowongan pekerjaan se eks-Karesidenan Madiun. Hal itu sangat membantu saya, di tengah sulitnya mencari pekerjaan saat ini. Di *caption* postingan informasi lowongan pekerjaan tersebut juga syarat serta waktu penerimaannya.[33]

Dengan berkembang pesatnya *followers* serta masyarakat Magetan yang mengakses informasi di akun Instagram @beritamagetan membuat akun ini dapat dipakai menjadi salah satu media promosi, seperti yang dilakukan oleh Muhammad Afif Maskan Yafi salah satu *followers* yang bekerja sama dengan aku Instagram @beritamagetan guna mempromosikan produk jualannya, sehingga sekarang prodok jualannya dapat diketahui banyak masyarakat dan ramai dikunjungi oleh masyarakat, baik masyarakat Magetan ataupun masyarakat luar daerah yang berkunjung ke Magetan.

> Sudah banyaknya *followers* akun Instagram @beritamagetan membuat saya berkeinginan untuk mengiklankan dagangan saya di

[32] Wawancara, 27/W/22-X/2022
[33] Wawancara, 28/W/22-X/2022

postingannya. Selain untuk menyebarluaskan informasi keberadaan tempat saya jualan, juga untuk menarik minat pembeli karena banyak sekali pengguna Instagram saat ini.[34]

IAIN PONOROGO

[34] Wawancara, 29/W/22-X/2022

BAB IV

ANALISIS DATA PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @beritamagetan SEBAGAI MEDIA INFORMASI

Akun Instagram @beritamagetan merupakan sebuah akun yang berawal dari Facebook pada tahun 2014, berbentuk sebuah grup bernama Grup Jual Beli Magetan. Sesuai dengan namanya, isi dalam grup tersebut adalah postingan-postingan jualan. Sampai akhirnya ada salah satu member grup Facebook jual beli Magetan yang mempoting informasi, mulai dari situ beberapa member lain mulai memposting informasi juga, sehingga member yang ingin melakukan jual beli merasa postingannya tertutupi dengan postingan informasi. Sehingga admin grup jual beli Magetan merasa perlu membuat sebuah grup baru tentang informasi agar para member yang ingin membagikan informasi dapat memposting inforrmasinya di grup yang berbeda, tidak tergabung di postingan jual beli. Maka terbentuklah grup baru bernama Berita Magetan, nama Berita Magetan sendiri mengandung maksud jika grup ini berisi informasi bagi masyarakat Magetan.

Pada saat itu di Instagram belum banyak akun yang dikelola oleh kelompok untuk menampilkan ciri khas daerahnya. Akun-akun Instagram dulu hanya dimiliki oleh tiap pribadi masyarakat. Sampai di tahun 2016-2017 mulai bermunculan akun-akun milik kelompok yang bertujuan untuk menampilkan ciri khas wilayahnya. Dengan kemudahan pengoperasiannya dan keindahan tampilannya, maka dari itu Berita Magetan merasa bahwa informasi juga dapat disampaikan melalui Instagram, terbentuklah akun Instagram @beritamagetan yang menyajikan seluruh informasi bagi masyarakat Magetan.

A. Analisis Data Motif Admin Menggunakan Akun Instagram@beritamagetan Sebagai Media Informasi

Motif berasal dari bahasa Latin, movere yang artinya bergerak atau *to move*. Menurut Branca theme berarti kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang mendorong untuk berbuat sesuatu/merupakan driving drive. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai theme tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif juga merupakan sebab, alasan dasar, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat atau ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Dengan kata lain motivasi adalah dorongan terhadap seseorang agar mau melaksanakan sesuatu. Dorongan disini adalah desakan alami untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan hidup.[1]

1. Analisis data motif penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media penyebar berita.

   Dari penelitian yang dilakukan ditemukan data bahwa admin menggunakan akun Instagram @beritamagetan untuk menyampaikan berita. Informasi terkait event, tempat dan lain sebagainya. Digunakannya akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi itu menunjukkan bahwa admin memiliki motif informasi dalam memanfaatkan akun Instagram @beritamagetan. Menurut Siregar dan Pasaribu motif informatif

[1] Abelman, "*Journal of Broadcasting and Electronic*," 293–307.

sendiri adalah upaya memperoleh kejelasan tentang kebutuhan terhadap informasi tertentu agar ia memperoleh tentang kejelasan sesuatu hal. Informasi yang memberi kejelasan tentang sesuatu yang digunakan untuk mengurangi keragu-raguannya terhadap lingkup sosial atau lingkungan pergaulannya.[2]

Dengan terus bertambahnya postingan di akun Instagram@beritamagetan, admin menginginkan akun Instagram @beritamagetan terus *update* mengenai informasi di seluruh Karesidenan Madiun, khususnya Kabupaten Magetan. Hal tersebut dilakukan supaya masyarakat Magetan tidak ketinggalan informasi. Data ini menunjukkan jika admin termasuk dalam *typology information*. Menurut Griffin *typology information* adalah seseorang menggunakan media untuk menggali informasi atau membuat audiens tetap *up-to-date*.[3]

Dengan semakin berkembangnya teknologi serta munculnya media sosial yang perlahan menenggelamkan media massa dan media tulis, membuat informasi harus dibagikan menggunkan media sosial. Dengan hadirnya berbagaimacam media massa sekararang, membuat Berita Magetan juga harus memiliki beberapa media massa tersebut, termasuk diantara salah satunya: Instagram. Dengan berbagai kelengkapan fiturnya

[2] Siregar, *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa*, 57.
[3] *Ibid*.

semakin mempermudah admin untuk berinteraksi dengan *followers* melalui salah fiturnya *live streaming* Instagram.

Walaupun pertama kali Berita Magetan terbentuk hanya untuk memisahkan postingan di grup Facebook Jual Beli Magetan anatara postingan jual beli dan postingan informasi. Akan tetapi akun ini justru eksis dan bermanfaat bagi banyak orang, karena kurangnya sumber informasi di Kabupaten Magetan. Hal itu terbukti dengan semakin berkembangnya Berita Magetan hingga dapat merambah ke media sosial yang lain.

Kepekaan admin akun Instagram @beritamagetan akan media sosial yang dapat membagikan informasi lebih cepat dan kebanyakan mastyarakat telah memiliki media sosial masing-masing membuat akun ini terus berjalan hingga saat ini. Hal itu terbukti dengan terus bertambahnya pengikut yang mengikuti akun Instagram @beritamagetan.

Meskipun para admin akun Instagram @beritamagetan bukan seorang wartawan, akan tetapi para admin akun Instagram @beritamagetan memiliki hobi menulis. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya postingan disertai *caption* yang panjang dan tulisan dalam *caption* tersebut yang masih cukup banyak kesalahan sehingga terkadang pembaca agak sulit memahaminya.

Adanya akun Instagram @beritamagetan memang diadakan untuk menambah sumber informasi, melihat masih minimnya sumber informasi yang menginformasikan kejadian yang terjadi di Kabupaten Magetan. Hal

itu terbukti, meskipun saat ini akun Instagram @beritamagetan memposting berita se-eks Karesidenan Madiun, akan tetapi lebih banyak informasi mengenai Magetan.

Berdasarkan pengamatan peneliti tentang motif penggunaan Instagram sebagai media informasi di Magetan merupakan cara yang efektif dan efisien. Karena, di Magetan masih sangat minim akan sumber informasi, dengan adanya gebrakan penyampaian informasi yang disampaikan melalui Instagram ini membuat masyarakat lebih mudah mengaksesnya. Selanjutnya dengan kecepatan penyebaran informasi ini menjadikan akun Instagram@beritamagetan sebuah wadah bagi masyarakat Magetan yang menikmati ataupun menyampaikan informasi, baik itu informasi kriminal, informasi bencana, informasi pekerjaan, informasi politik, informasi event, dan informasi tempat wisata. Selain hal tersebut dengan berkembangnya akun ini membuat setiap elemen masyarakat mendapatkan wadah baru untuk melakukan promosi, baik itu sebuah produk, ataupun event yang akan diadakan oleh lembaga terkait.

2. Analisis data motif penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai sarana mendapatkan hiburan

Admin juga menggunakan akun Instagram @beritamagetan ini untuk mendapatkan teman baru dan ingin membangun sebuah komunitas yang berfokus tentang informasi di Magetan. Data ini menunjukkan bahwa admin termasuk dalam *typology* (kelompok klasifikasi) *companionship*.

Menurut Griffin *typology companionship* adalah upaya untuk mendapatkan teman baru atau partner yang baru.[4]

Selain itu, admin juga menggunakam akun Instagram@beritamagetan untuk bersosialisasi dengan followers, admin-admin Instagram di Kabupaten Magetan lainnya, serta admin-admin Instagram di Provinsi Jawa Timur. Akun Instagram @beritamagetan ini juga dapat membantu admin ketika mendapatkan masalah pekerjaan ataupun masalah lainnya. Dengan melihat komentar yang lucu dari para *followers* yang berkomentar di salah satu postingan membuat admin dapat tertawa dan melupakan masalah yang sedang dihadapi. Data ini menunjukkan bahwa admin memiliki motif hiburan dalam memanfaatkan akun Instagram @beritamagetan. Menurut Siregar dan Pasaribu motif hiburan adalah upaya seseorang mencari informasi yang didapat untuk memperoleh kesenangan psikologis. Jadi, informasi itu digunakan dalam konteks kepentingan pribadi dan secara langsung tidak berkaitan dengan lingkungan sosialnya.[5]

Meskipun dalam awal pembuatan akun ini admin hanya iseng, akan tetapi seiring berjalannya waktu akun ini telah menjadi salah satu sumber media informasi yang terpercaya dan banyak diikuti di Magetan. Hal itu terbukti dengan jumlah *followers* yang terus bertambah setiap harinya. Tak hanya itu postingan di akun Instagram@beritamagetan semakin

[4] Griffin, *A First Look at Communication Theory. 10th Edition*, 20.
[5] *Siregar, Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa, 57*.

berkembang dengan terus *update* akan berita terkini di wilayah eks-Karesidenan Madiun, khususnya Kabupaten Magetan.

Dalam pelaksanaan penyampaian informasi, admin dapat bersantai dengan melihat komentar lucu dan juga kiriman dari para *followers* yang menandai akun Instagram @beritamagetan yang juga lucu. Dalam akun Instagram @beritamagetan ini memang memanjakan para *followers* dengan cara mengirim ulang postingan atau cerita Instagram (snapgram) dari para *followers* yang menandai akun Instagram @beritamagetan dan terkadang terdapat postingan yang lucu sehingga menjadi hiburan tersendiri bagi admin. Dari data tersebut menunjukkan jika admin juga termasuk dalam *typology* (kelompok klasifikasi) *relaxation*. Menurut Griffin *typology relaxation* adalah seseorang yang menggunakan media sebagai tempat untuk relaksasi, membuat diri menjadi lebih santai.[6]

Akun Instagram @beritamagetan menjadi salah satu sumber informasi yang dipercaya masyarakat khususnya masyarakat Magetan. Hal itu memberikan kesenangan kepada admin akun Instagram @beritamagetan, dikarenakan hal itu tidak pernah terbayangkan jika akun ini mampu membantu banyak orang khususnya dalam penyampaian informasi. Oleh sebab itu admin menginginkan agar akun @beritamagetan terus mengembangkan dan dapat menjadi barometer informasi di Kabupaten Magetan. Data ini menunjukkan jika admin termasuk dalam *typology*

[6] Griffin, *A First Look at Communication Theory. 10th Edition*, 20.

excitement. Menurut Griffin *typology excitement* adalah seseorang yang menggunakan media untuk mendapatan sensasi lain yang lenih dari sekedar menyenangkan.[7]

Admin bersyukur lewat akun ini, admin merasa berguna bagi orang lain. Admin bisa membantu orang yang kehilangan sesuatu dengan cara memposting informasi kehilangan tersebut ke akun Instagram@beritamagetan agar masyarakat yang lain tau dan jika ada yang menemukan barang tersebut bisa menghubungi pemiliknya. Lewat akun ini juga admin bisa membantu anak yatim dan kaum dhuafa dengan cara admin membentuk komunitas yang bertugas untuk mengumpulkan donasi yang nantinya akan disampaikan kepada para anak yatim dan dhuafa tersebut. Hal tersebut memang sesuai dengan visi akun Instagram@beritamagetan. Data ini menunjukkan jika admin memiliki motif *surveillance*. Menurut McQuail motif *surveillance* yaitu informasi tentang bagaimana media membantu seorang individu mencapai sesuatu. Misalnya, orang menonton acara keagamaan di televisi untuk membantu mereka lebih memahami agama mereka.[8]

Terus berkembangnya akun Instagram @beritamagetan dan juga telah memiliki banyak manfaat bagi masyarakat Magetan membuat admin

[7] *Ibid*.
[8] Dr. Humaizi, M. A., *Uses and Gratifications Theory*, 29–33.

merasa sangat senang. Hal itu terbukti dikarenakan tercapainya salah satu keinginan setiap insan yang ingin bermanfaat bagi orang lain.

Rutinitas yang monoton serta pekerjaan yang tidak bisa ditinggalkan membuat admin terkadang jenuh dan perlu sedikit *refreshing*. Salah satu cara admin menangani kejenuhan yaitu dengan men-*scrool* kolom komentar di setiap postingan akun Instagram @beritamagetan dan menemukan komentar-komentar lucu dari para *followers*. Hal tersebut cukup efektif. Karena, selain tidak meninggalkan pekerjaaan, juga gratis.

B. Analisis Data Kepuasan Admin Menggunakan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi.

Salah satu riset *Uses and gratification*s yang saat ini berkembang adalah tidak hanya memfokuskan pada motif sebagai variabel independen yang sama yaitu orang menggunakan media didorong oleh motif-motif tertentu, namun dengan menanyakan apakah motif-motif khalayak itu telah dapat dipenuhi oleh media. Dengan kata lain, apakah khalayak puas setelah menggunakan media. Konsep mengukur kepuasan ini disebut Gratification Sought (GS) dan Gratification Obtained (GO). GS (Gratification Sought) adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan ketika mengkonsumsi suatu jenis media tertentu. Sedangkan GO (Gratification Obtained) adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.[9]

[9] Kriyantono, *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, 45.

Kepuasan yang dicari admin adalah menyampaikan informasi dengan menggunakan media sosial sehingga masyarakat Magetan lebih mudah mendapatkan informasi seputar wilayah Magetan. Mengingat terlalu minimnya sumber informasi di Magetan dan banyaknya suatu kejadian ataupun peristiwa yang telah terjadi sehingga perlu wadah untuk menampung semua informasi tersebut. Sehingga masyarakat dan lembaga memiliki wadah tersendiri untuk menyampaikan ataupun menikmati informasi seputar wilayah Magetan. Kepuasan yang dicari admin ini termasuk dalam *gratification sought*. Menurut Philip Kotler *gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau hal yang diinginkan ketika seseorang mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.[10]

Kepuasan yang didapat oleh admin adalah rasa senang yang dirasakan admin ketika akun Instagram @beritamagetan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Magetan membuat apa yang diinginkan admin telah tercapai. Keinginan admin untuk menciptakan sumber informasi baru bagi seluruh masyarakat Magetan dikarenakan kurangnya sumber informasi lewat akun Instagram @beritamagetan terlaksana. Dalam akun ini para *followers* dapat menikmati ataupun menyampaikan informasi. Selain itu dengan terpilihnya akun Instagram @beritamagetan sebagai *the best social media information* oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Magetan menunjukkan bahwasanya akun Instagram @beritamagetan adalah salah satu akun informasi terbaik di Kabupaten Magetan. Kepuasan yang didapat oleh admin ini termasuk *gratification obtained*. Menurit Philip Kotler *gratification*

[10] *Ibid*.

obtained adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu jenis media tertentu.[11]

Berdasarkan perbandingan antara *gratification sought* (GO) dan *gratification obtained* (GO) maka kemudian dapat disimpulkan bahwa admin telah puas, mendapatkan kepuasan dalam memanfaatkan akun @beritamagetan sebagai media informasi. Hal ini bisa dilihat kesesuaian antara *gratification sought* (GS) dan *gratification obtained* (GO).

PONOROGO

[11] *Ibid*.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian Penggunaan Akun Instagram@beritamagetan Sebagai Informasi yang dipaparkan peneliti melalui dua tahap yaitu:

1. Motif penggunaan akun Instagram@beritamagetan sebagai media informasi, yaitu motif informasi dan motif hiburan. Motif informasi muncul dengan digunakannya akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi bagi masyarakat. Sedangakn motif hiburan dapat dilihat dari digunakannya akun Instagram @beritamagetan oleh admin sebagai media bersosialisasi dengan followers serta melepasakan penat akibat pekerjaan.
2. Kepuasan admin dalam menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi. Admin telah merasa puas karena apa yang telah diinginkan oleh admin dapat tercapai. Dengan diterimanya akun Instagram @beritamagetan oleh masyarakat Magetan. Antusiasme dan gairah masyarakat Magetan dalam menyampaikan dan mendapatkan informasi juga memberikan kesenangan terhadap admin sehingga admin merasa sudah berguna bagi banyak orang.

B. SARAN

1. Diharapkan hendaknya admin akun Instagram@beritamagetan perlu untuk berbenah diri lebih baik lagi. Dalam setiap postingan, *captionnya* harus lebih komunikatif dan deskriptif agar para penikmat informasi di akun ini menjadi lebih mengerti dan faham dengan informasi yang disajikan. Serta juga tidak cepat puas dengan apa yang telah diraih saat ini. Akun Instagram @beritamagetan perlu untuk lebih memperlebar jangkauan informasi agar sumber informasi dapat menjadi lebih banyak, tidak hanya di Kabupaten Magetan dan Karesidenan Madiun saja, akan tetapi satu provinsi bahkan nasional. Agar postingan informasi yang dipoting juga lebih banyak.
2. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya penulisan ini bisa dijadikan sebagai acuan dalam penggunaan teori *uses and gratification*, dan bisa mengembangkan dengan tema yang berbeda. Karena peneliti hanya membahas motif dan kepuasan dari sudut pandang admin akun Instagram @beritamagetan.

PONOROGO

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Abelman, Robert. "Religious Television *Uses and gratification*s" 31 (1987).

Arabi. *Mass Media and Malaysian Images for Foreign Countries: A Uses and Gratifications Perspectives*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 1986.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Cet. Ke-x*. Jakarta: Renika Cipta, 1996.

Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komuikasi Masyarakat*. Jakarta: Kencana, 2007.

Davis, Gordon B. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1999.

Dr. Humaizi, M. A. *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press, 2018.

Dwi Atmoko, Bambang. *InstagramHandbook*. Jakarta: Media Kita, 2010.

Griffin, Em. *A First Look at Communication Theory. 10th Edition*. Boston: McGraw-Hill, 2018.

Kriyantono, R. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Masri Singarimbun (Sofian Efendi). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LPJS, 1995.

McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba. Humanika, 2011.

Moeleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.

Muhadjir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rakesarasin, 1996.

Mustofa, Imam. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Metro: P3M, 2013.

Nasution, S. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.

Nurudin. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera, 2012.

PONOROGO

Putu Laxman, Pendit. “Manajemen Pengetahuan dan Profesional Informasi: Harapan, Kenyataan dan Tantangan.” Universitas Indonesia, 2001.

Rivalina, Rahmi. “Pola Pencarian Informasi di Internet.” *Kemendikbud* VII (2004).

Rohmadi, Arif. *Tiga Produktif Ber-Sosial Media, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), h. 2*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016.

Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Alfabet, 2012.

Siregar, Ashadi. *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita Untuk Media Massa*. Yogyakarta: Penyunting Rondang Pasaribu, Kanisius, 1998.

Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009.

Wulandari, Ratih Florentina, Dkk. *Dasar-dasar Informasi*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2007.

Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group, 2014.

Zorkoczy, Peter. *Information Technology: An introduction*. London: Pitman Publishing, 1990.

Skripsi:

Afifah, Mega. “Peran Akun Instagram @Kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan.” IAIN Ponorogo, 2021.

Agustina. “Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja diSma Negeri 3 Samarinda” 4 (2016).

Alam Nasyroh, Fitri. “Strategi Pengelolaan Instagram @Infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo.” IAIN Ponorogo, 2020.

Hendro Prakoso, Danu. “Instagram Sebagai Media Informasi (Analisis Isi Pada Akun Instagram @Undercover.Id), skripsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik.” Univeritas Muhammadiyah Malang, 2020.

Ma’ruf, Moh. Ali. “Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk.” UIN Sunan Kalijaga, 2017.

Jurnal:

Yusuf, Pawit M. "Hubungan Komunikasi, Informasi, dari Sudut Pandang Pendekatan Berorientasi Pemakai." *Universitas Diponegoro*: Vol. 5. No. 7. Tahun 2002.

Internet:

"Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights." Diakses 13 September 2022. https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia.

"Instagram." Dalam *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, 21 Agustus 2022. https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Instagram&oldid=21553297#cite_note-11.

Salmaa. "Data Penelitian: Pengertian, Klasifikasi, dan Contoh Lengkapnya." *Penerbit Deepublish* (blog), 6 Mei 2021. https://penerbitdeepublish.com/data-penelitian/.

"The Complete History of Instagram." Diakses 27 September 2022. https://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/.

PONOROGO