

**Pemanfaatan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media  
Informasi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah IAIN  
Ponorogo Angkatan 2020**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Dewi Ayuni Purdiyaputri  
NIM: 302200094**

Pembimbing :

**Asna Istya Marwantika, M.Kom.I.  
NIP. 198810152018012001**

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

**2024**

## ABSTRAK

**Dewi Ayuni Purdiyaputri.** 2024. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo Angkatan 2020.* Skripsi. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Asna Istya Marwantika, M.Kom.I.

**Kata kunci : Media Sosial, Instagram, Instagram Sebagai Media Informasi, Uses and Gratification 2.0**

Masyarakat telah melakukan berbagai cara untuk mendapatkan informasi supaya memenuhi kebutuhan informasi. Hingga hadirnya media sosial yang mampu mengubah gaya hidup, pola berpikir, sosial masyarakat, sampai pendidikan. Kehadiran media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial kekinian yang diminati berbagai kalangan termasuk anak muda. Dengan berbagai fitur yang dimiliki, Instagram juga dapat digunakan untuk melihat dan mengakses informasi perkuliahan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan motif pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi mahasiswa FUAD IAIN Ponorogo angkatan 2020, dan untuk menganalisis pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FUAD IAIN Ponorogo angkatan 2020 terhadap media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi.

Metode yang digunakan peneliti ialah pendekatan deskriptif kualitatif, untuk menggambarkan bagaimana motif Instagram @fuadiainponorogo yang digunakan mahasiswa dan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa menggunakan Instagram @fuadiainponorogo. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk analisis datanya yakni reduksi data, penyajian data, verifikasi data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian diambil kesimpulan: *Pertama*, motif pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi ada empat dalam model MAIN, yakni informasi muncul karena digunakannya Instagram @fuadiainponorogo sebagai penyebaran informasi perkuliahan. Hiburan dilihat dari postingan video reels yang mengikuti trend. Interaksi sosial timbul adanya interaksi antara admin akun Instagram @fuadiainponorogo dan *followers*. Identitas pribadi timbul karena *followers* akun Instagram @fuadiainponorogo rata-rata mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah di berbagai angkatan. *Kedua*, pemenuhan kebutuhan terhadap informasi di akun Instagram @fuadiainponorogo sudah cukup memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 sebagai media informasi yang lebih membutuhkan postingan informasi perkuliahan.

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Dewi Ayuni Purdiyaputri  
NIM : 302200094  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo  
Sebagai Media Informasi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab  
dan Dakwah IAIN Ponorogo Angkatan 2020

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 13 Maret 2024

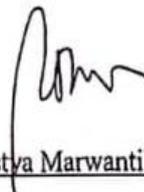
Mengetahui,

Kepala Jurusan

  
Kayyis Fithri Ahuri, M.A.  
NIP. 198306072015031004

Menyetujui,

Pembimbing

  
Asna Istya Marwantika, M.Kom.I.  
NIP. 198810152018012001

## NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Munaqosah Skripsi  
Kepala : Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab Dan  
Dakwah IAIN Ponorogo

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah secara cermat kami baca/teliti kembali dan setelah diadakan perbaikan/penyempurnaan sesuai petunjuk dan arah kami, bahwa kami berpendapat bahwa skripsi saudara/i :

Nama : Dewi Ayuni Purdiyaputri  
NIM : 302200094  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo  
Sebagai Media Informasi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin,  
Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo Angkatan 2020

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang munaqosah skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo. Untuk itu, kami ikut mengharap agar dimunaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing



Asna Istya Marwantika, M.Kom.I.

NIP. 198810152018012001



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

**PENGESAHAN**

Nama : Dewi Ayuni Purdiyaputri  
NIM : 302200094  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo Angkatan 2020

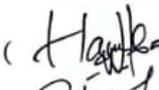
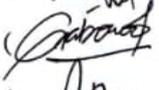
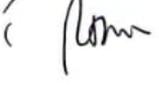
Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 02 April 2024

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

Hari : Kamis  
Tanggal : 18 April 2024

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Mayrina Eka Prasetya Budi, M.Psi. (  )
2. Penguji : Galih Akbar Prabowo, M.A. (  )
3. Sekretaris : Asna Istya Marwantika, M.Kom.I. (  )

Ponorogo, 18 April 2024

Mengesahkan



  
**Dr. H. Sholahudin Munir, M.Ag.**  
NIP. 196806161998031002

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dewi Ayuni Purdiyaputri  
NIM : 302200094  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dengan ini mengatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan maka saya siap menerima sanksi atas perbuatan saya.

Ponorogo, 13 Maret 2024

Yang Membuat Pernyataan



**Dewi Ayuni Purdiyaputri**  
**NIM. 302200094**

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Ayuni Purdiyaputri

NIM : 302200094

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo Angkatan 2020

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut menjadi tanggung jawab penulis.

Ponorogo, 22 April 2024



Dewi Ayuni Purdiyaputri

NIM. 302200094

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Munculnya internet, masyarakat dapat berkomunikasi dengan cara baru. Dengan munculnya media sosial, masyarakat modern mengalami pergeseran paradigma komunikasi. Status sosial dapat dimakan oleh media sosial, yang seringkali menghalangi komunikasi. Dunia telah banyak diubah oleh media sosial. Sebuah wadah yang disebut jejaring sosial atau media sosial menggabungkan berbagai tingkat komunikasi.<sup>1</sup> Dengan berkembangnya teknologi internet, banyak jenis media sosial muncul. Perkembangan teknologi digital juga membantu pengguna media sosial menggunakannya dengan lebih baik. Media sosial seperti blog, jejaring sosial, dan forum, adalah jenis media *online* di mana orang dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten.<sup>2</sup>

Media sosial mengajak semua orang untuk berpartisipasi secara terbuka dengan memberikan *feedback*, komentar dan berbagi informasi secara cepat dan bebas. Hadirnya media sosial sebagai teknologi baru turut mengubah gaya hidup masyarakat. Segala hal bisa berubah seiring perkembangan jaman apalagi kehadiran media sosial yang jenisnya sudah banyak dan meluas di

---

<sup>1</sup> Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)," *Jurnal The Messenger* 3, 2 (2016), 69.

<sup>2</sup> Nur Ainiyah, "Remaja Millennial Dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial," *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2, 2 (2018), 222.

kalangan masyarakat.<sup>1</sup> Pengguna media sosial setiap hari bisa bertambah hingga mencapai angka jutaan dari berbagai kalangan.

Setiap tahun terdapat data media sosial baik di luar negeri maupun dalam negeri dengan merilis data bentuk gambar atau deskripsi. Di tahun 2021, We Are Social dan Hootsuite merilis data lanskap digital dunia yang mengungkap beberapa fakta menarik mengenai pengguna media sosial yang berbeda di tahun sebelumnya. Jumlah total pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai angka 170,0 juta, sementara presentase dari total populasi ialah 61,8%. Perubahan dari tahun ke tahun jumlah pengguna media sosial ialah + 6,3%, + 10 juta, angka yang sungguh fantastis. Terdapat pula data media sosial apa saja yang paling digunakan berbagai kalangan mulai dari umur 16 tahun hingga 64 tahun. Media sosial YouTube menjadi media sosial tertinggi penggunaannya yakni 93,8%, di bawahnya ada WhatsApp 87,7%, Instagram berada di urutan ketiga dengan presentase 86,6%, disusul Facebook dengan 85,5%, Twitter dengan 63,6%, Facebook Messenger dengan 52,4%, Line dengan 44,35, LinkedIn 39,4%, TikTok 38,7%, Pinterest 35,6%, Telegram 28,5%, WeChat 26,6%, Snapchat 25,4%, Skype 24,3%, Tumblr 18,4%, dan Reddit dengan 17,1%.<sup>2</sup>

Selanjutnya, di tahun 2022 total angka pengguna media sosial mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu 12,6% yang jumlahnya 170 juta, sedangkan jumlah pengguna media sosial yakni 191,4 juta. Untuk platform

---

<sup>1</sup> Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." Jurnal Artikel, 2020, 140–157.

<sup>2</sup> Admin, "Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2021". <https://www.iimers.com/data-pengguna-media-sosial-di-indonesia-tahun-2021/>. (Diakses 22 Agustus 2023).

yang digunakan rata-rata mengalami kenaikan tetapi ada media sosial yang mengalami penurunan, seperti pengguna Instagram 84,4% yang sebelumnya 86,6%, pengguna WhatsApp menjadi 88,7% yang sebelumnya 87,7%.<sup>3</sup> Hal tersebut menandakan tidak setiap media sosial yang digunakan mengalami kenaikan walaupun peminatnya banyak. Penggunaan media sosial di Indonesia telah berkembang pesat. Dengan meluncurkan Reporting Data, pada tahun 2023 ada total 167 juta pengguna jejaring sosial dengan 153 juta penggunanya berusia di atas 18 tahun, terhitung 79,5% dari total populasi. Selain itu, diperkirakan 78,5% pengguna internet menggunakan setidaknya satu buah atau akun jejaring sosial. Nilai ini akan terus meningkat di tahun-tahun mendatang.<sup>4</sup>

Pertambahan angka pengguna media sosial, membuat media sosial Instagram mengalami kenaikan bahkan penurunan. Dengan jumlah pengguna mencapai 1,35 miliar pada tahun 2023, menjadikan Instagram sebagai platform media sosial dengan jumlah tertinggi ke-4 setelah Facebook, YouTube, dan WhatsApp. Sejak kehadirannya, Instagram cukup menarik perhatian penggunanya dari berbagai kalangan. Pengguna Instagram di tahun 2023 sebagian besar adalah remaja dan dewasa muda dengan 30,8% pengguna instagram berada dalam kelompok usia 18-24 tahun, disusul kelompok umur 25-34 tahun dengan perolehan skor 30,3% dan kelompok umur 35-44 tahun

---

<sup>3</sup> Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022." <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> (Diakses 30 Agustus 2023), 14.24

<sup>4</sup> Agnes Z. Yonathan, "Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026." <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>. (Diakses 30 Agustus 2023), 14.35

pada peringkat ketiga dengan perolehan skor 15,7%.<sup>5</sup> Menggunakan media sosial Instagram yang sudah terinstal di handphone membuat informasi apapun bisa diketahui mulai terbaru sampai lampau. Instagram terus berinovasi dan menyita perhatian para pengguna media sosial, mulai dari fitur *stories*, *live*, *shopping store* dan fitur reel yang belum lama dirilis.

Instagram memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, seperti platform media hiburan yang membuat pengguna Instagram terhibur sehingga melupakan masalah dengan konten yang menarik. Selain itu, Instagram meningkatkan jaringan pertemanan karena media sosial sering digunakan oleh orang yang berjarak jauh untuk menjadi pertemanan dan memungkinkan pencarian untuk menghubungi orang di luar negeri. Instagram paling banyak digunakan sebagai media informasi karena semua konten dapat dilihat, diupdate, dan dibagikan, termasuk informasi tentang perkuliahan.

Instagram bisa dijadikan sebagai perantara membentuk citra dalam diri pribadi maupun lembaga atau instansi. Citra dalam diri atau sering disebut *personal branding* merupakan suatu identitas pribadi yang dapat menciptakan suatu persepsi di benak masyarakat, terutama nilai dan kualitas orang yang memiliki nama tersebut. *Personal branding* juga cara membentuk citra diri, kepribadian pribadi, bidang keahlian serta hal-hal istimewa bagi banyak orang. *Personal branding* juga digunakan melalui media sosial sebagai sarana

---

<sup>5</sup> Agnes Z. Yonatan, "Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023." <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefanyayonatan/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz#:~:text=Pengguna%20Instagram%20di%20tahun%202023%20didominasi%20oleh%20re-maja%20dan%20dewasa,3%20dengan%2015%2C7%25> (Diakses 30 Agustus 2023), 15.06

membentuk identitas, yang kemudian ditampilkan kepada orang lain dengan menciptakan kesan keunikan dan ciri khas seseorang, seperti selebriti, pejabat, dan lainnya.<sup>6</sup> Selanjutnya, lembaga atau instansi ternyata juga membutuhkan citra baik atau dikenal dengan istilah *corporate branding*. *Corporate branding* mencakup isu-isu yang berkaitan dengan identitas merek suatu perusahaan atau organisasi mulai dari logo, ciri visual, citra, kredibilitas, kepribadian, pesan, persepsi dan asumsi yang ada di benak penonton. *Corporate branding* dibangun untuk mewakili identitas organisasi kepada masyarakat, sehingga masyarakat mengetahui keberadaan organisasi tersebut.<sup>7</sup>

Tak hanya di perusahaan, instansi lain juga melakukan *branding* yakni universitas yang bertujuan untuk membangun reputasi di mata masyarakat sehingga peminatnya banyak dan bisa dilakukan dengan media sosial Instagram. Disebut sebagai *corporate branding*, termasuk IAIN Ponorogo yang menggunakan Instagram sebagai perantara brandingnya untuk dikenal oleh masyarakat. IAIN Ponorogo memiliki akun Instagram @iain.ponorogo yang menjadi akun pusat untuk mengetahui seputar IAIN Ponorogo, sementara di keempat fakultasnya juga memiliki akun Instagram. Fakultas memberikan fasilitas Instagram yang dikelola oleh dosen atau pihak terkait untuk dimanfaatkan dan digunakan sebagai media menyebarkan informasi. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan dengan nama @ftik.iainpo, Fakultas Syariah

---

<sup>6</sup> Sella Efrida and Anisa Diniati, "Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017," *Jurnal Kajian Komunikasi* 8, 1 (2020): 58.

<sup>7</sup> Tarisha Desmora Mahpudin et al., "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Corporate Branding," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Mei 2023, 9 (2023): 293.

dengan nama @fasyaiainpo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan nama @febi\_iainponorogo, serta Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah dengan nama @fuadiainponorogo.

Akun @fuadiainponorogo dibuat sejak tahun 2021. Seiring berjalannya waktu, akun ini memiliki pengikut sebanyak 1.441 dengan 503 postingan yang dimulai postingan pertamanya tanggal 22 September 2021.<sup>8</sup> Admin akun @fuadiainponorogo cukup aktif dalam memposting informasi dan setiap minggunya selalu ada postingan terkait fakultas maupun kampus. Fakultas memberikan fasilitas Instagram untuk dikelola dan dimanfaatkan dalam penyebaran informasi selain melalui siakad yang menjadi sumber perkuliahan.

Saat pandemi covid-19, pembelajaran jarak jauh dilakukan sehingga mahasiswa harus belajar dari rumah salah satunya melalui media sosial. Adanya media sosial, mahasiswa dapat beradaptasi dengan dosen pengampu mata kuliah saat berada di kelas. Selain itu, proses pembelajaran menjadi fleksibel, membantu inovasi ide-ide baru. Media sosial pun dapat memberikan dampak negatif, diantaranya bisa membuat ketagihan apabila digunakan secara terus menerus tanpa ada jeda. Pembelajaran sepenuhnya dilakukan secara *online* dan mahasiswa akan menghabiskan waktu lebih banyak menggunakan perangkat elektronik seperti handphone dan laptop. Mengakses media pembelajaran yang sudah disediakan kampus menjadi kegiatan sehari-hari mahasiswa.<sup>9</sup> Perubahan dari *offline* ke *online* mendapatkan reaksi dari

---

<sup>8</sup> Observasi Melalui Media Sosial Instagram. (09 Maret 2024, 05.56)

<sup>9</sup> Aldina Eka Andriani and Sri Sulistyorini, "Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19," *Equilibrium: Jurnal Pendidikan* 10, 1 (2022): 63–70.

mahasiswa yang tetap menginginkan pembelajaran dilakukan secara tatap muka namun akan dilakukan secara bertahap oleh masing-masing universitas. Kuliah secara daring selama empat semester di tahun 2020 sampai 2021 menjadi tantangan bagi seluruh mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwa IAIN Ponorogo angkatan 2020 yang menjadi fokus penelitian peneliti. Untuk proses pembelajaran dan persebaran informasinya menggunakan E-Learning, Google Classroom, Google Meet, Zoom, WhatsApp, dan media lainnya yang mendukung perkuliahan online.

Selain belajar melalui media sosial, mahasiswa juga mencari informasi di akun Instagram salah satunya akun @fuadiainponorogo yang mulai aktif sejak tahun 2021. Akun Instagram ini akan memudahkan mahasiswa mengakses informasi perkuliahan, termasuk informasi kampus, prestasi, agenda fakultas, dan lainnya. Instagram telah menjadi salah satu media yang paling populer untuk mencari informasi dan banyak akun lainnya telah memposting konten yang berkaitan dengan kuliah.

Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo angkatan 2020. Dengan subjek penelitian admin Instagram @fuadiainponorogo dan mahasiswa FUAD angkatan 2020. Penelitian ini menjadi urgensi untuk diteliti dikarenakan selama empat semester perkuliahan diubah menjadi daring dan mengharuskan mahasiswa kuliah dari rumah dengan persebaran informasi yang terkadang tidak sesuai atau antara informasi satu dengan lainnya tidak sama dikarenakan banyaknya

sumber yang didapatkan dari media sosial. Dari pra penelitian yang dilakukan peneliti bahwa mahasiswa FUAD angkatan 2020 masih ada yang belum memfollow Instagram @fuadiainponorogo, tetapi melihat informasi di Instagram @fuadiainponorogo. Pengikut Instagram @fuadiainponorogo terhitung sudah mencapai angka seribuan dan informasi yang tersebar juga terkadang disertai link untuk rujukan selanjutnya. Hal tersebut menunjukkan informasi di Instagram @fuadiainponorogo sesuai sumber utama kampus dan mencegah persebaran informasi rancu.

Berangkat dari latar belakang, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah IAIN Ponorogo Angkatan 2020.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di latar belakang, rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana motif pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi bagi mahasiswa FUAD IAIN Ponorogo angkatan 2020?
2. Bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FUAD IAIN Ponorogo angkatan 2020 terhadap media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi?

### **C. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan, tujuan yang ingin dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan motif pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi bagi mahasiswa FUAD IAIN Ponorogo angkatan 2020.
2. Untuk menganalisis pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa FUAD IAIN Ponorogo angkatan 2020 terhadap media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu ke depannya. Adapun manfaat penelitian ini, ialah :

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, manfaatnya dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi mahasiswa. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan menambah wawasan bagi pembaca mengenai media sosial Instagram sebagai media informasi dalam dunia perkuliahan.

#### **2. Kegunaan Praktis**

Secara praktis, penelitian ini dapat berguna untuk semua kalangan masyarakat luas dan mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Bagi admin akun Instagram @fuadiainponorogo dapat

berguna untuk pengembangan akun Instagram @fuadiainponorogo yang dijadikan sebagai media informasi perkuliahan. Bagi masyarakat luas sebagai informasi untuk mereka yang berkeinginan kuliah di IAIN Ponorogo terutama di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.

#### **E. Telaah Pustaka**

Telaah pustaka diperlukan untuk mengidentifikasi temuan penelitian yang serupa sehingga peneliti dapat mengidentifikasi perbedaan penelitian dari penelitian sebelumnya. Hasil penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan peneliti selama penelitian berlangsung agar peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dan tidak terjadi pengulangan penelitian yang diteliti pihak lain dengan topik permasalahan sama.

*Pertama*, skripsi yang berjudul “Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo,” karya Fitri Alam Nasyroh, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Ponorogo, 2020. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara admin @infoponorogo mendapatkan, mengolah, dan menyampaikan data. Hasil dari penelitian adalah bahwa akun @infoponorogo membantu mendapatkan informasi, yaitu dengan menentukan konten, menentukan target sasaran, dan menyusun jadwal posting. Selain itu, akun ini mengolah informasi dengan memilih foto atau video dan membuat caption yang menarik. Menyalurkan informasi ke akun @infoponorogo menggunakan fitur-fitur Instagram yang ada, seperti feed,

*instastory*, dan Instagram TV. Proses ini menghasilkan *feedback* dari pengikut berupa respon positif dan negatif yang dapat diketahui dari kolom komentar dan fitur *insight*. *Feedback* ini kemudian digunakan untuk mengevaluasi akun sebagai media informasi.<sup>10</sup>

Persamaan dengan penelitian yaitu sama-sama menggunakan media sosial Instagram untuk dijadikan media informasi, penelitian deskriptif kualitatif, teknik analisis data Miles and Hubberman. Untuk perbedaan pada subjek penelitian. Penelitian Fitri subjeknya admin akun Instagram @infoponorogo, sedangkan subjek penelitian peneliti admin akun Instagram @fuadiainponorogo dan mahasiswa angkatan 2020.

*Kedua*, skripsi yang berjudul “Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Perspektif *Uses and Gratifications*),” karya Muhammad Abid Rizqy Zamzani, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, IAIN Ponorogo, 2022. Bertujuan ingin mengetahui alasan manajemen menggunakan akun @beritamagetan sebagai sumber informasi Magetan, dan menjelaskan kepuasan manajemen dengan menggunakan akun Instagram @beritamagetan sebagai sumber informasi Magetan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi memiliki dua tujuan: informasi dan hiburan. Penggunaan akun Instagram @beritamagetan sebagai media informasi masyarakat menunjukkan motif informasi, sedangkan motif hiburan menunjukkan penggunaan akun oleh

---

<sup>10</sup> Fitri Alam Nasyroh, “Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo.” IAIN Ponorogo, Ponorogo, (2020), ii

admin sebagai media untuk bersosialisasi dengan *followers* dan melepaskan penat dari pekerjaan. Karena akun Instagram @beritamagetan diterima oleh masyarakat Magetan, admin dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Antusiasme dan semangat masyarakat Magetan untuk berbagi dan mengumpulkan informasi juga membuat admin senang karena mereka bisa membantu orang lain.<sup>11</sup>

Persamaannya media sosial yang dijadikan penelitian yaitu Instagram yang dijadikan media informasi, pendekatan kualitatif. Perbedaan terletak pada akun media Instagram. Di penelitian Abid menggunakan akun berita @beritamagetan, sedangkan peneliti akun fakultas @fuadiainponorogo.

*Ketiga*, skripsi yang berjudul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @infopku\_ Sebagai Media Informasi *Online* Kota Pekanbaru,” karya dari Anisa Winanda Lidara mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sultan Syarif Kasim, Riau, 2022. Tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan media sosial Instagram @infopku\_ sebagai media informasi *online* Kota Pekanbaru. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram @infopku\_ sangat efektif. Ini ditunjukkan oleh hasil pengumpulan data yang diukur dengan enam indikator: penerima pesan (*receiver*) sebesar 85 %, isi pesan (*content*) sebesar 90 %, indikator media sebesar 90 %, format pesan sebesar 85,8 %, sumber pesan (*source*) sebesar

---

<sup>11</sup> Muhammad Abid Rifqy Zamzami, "Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Perspektif Uses and Gratification)," IAIN Ponorogo, Ponorogo, (2022).

82,9%, dan indikator ketepatan waktu (*timing*) sebesar 88,1 %.<sup>12</sup>

Persamaan mengenai objek penelitian yaitu menggunakan media sosial Instagram sebagai media informasi. Perbedaan terletak pada metode penelitian, subjek penelitian, dan tempat penelitian. Di penelitian Anisa metode kuantitatif dengan subjek admin Instagram @infopku\_ dan dilakukan di Kota Pekanbaru. Untuk peneliti metode kualitatif, subjek admin Instagram @fuadiainponorogo dan mahasiswa FUAD angkatan 2020 di IAIN Ponorogo.

*Keempat*, skripsi yang berjudul “Peran Akun Instagram @taulebih.id Sebagai Media Informasi Pengetahuan Seksual Bagi *Followers*,” karya Tryawinda Kiranajaya mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2023. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran akun Instagram @taulebih.id sebagai media informasi pengetahuan seksual bagi *followers* akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan akun Instagram @taulebih.id berperan sebagai media informasi pengetahuan seksual berbasis Islam asli buatan anak bangsa Indonesia yang menyediakan berbagai konten dan program terkait pengetahuan seksual yang menarik serta mudah dipahami guna dapat dipelajari oleh *followers* akun tersebut atau pengguna Instagram lain. Adanya konten dan program dari @taulebih.id, harapannya pendidikan seksualitas di Indonesia dapat dinormalisasikan.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Anisa Lidara, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Infopku\_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru," UIN Suska, Riau, 5317 (2022), i.

<sup>13</sup> Tryawinda Kiranajaya, "Peran Akun Instagram @Taulebih.Id Sebagai Media Informasi Pengetahuan Seksual Bagi Followers," UIN Purwokerto, (2023), i.

Persamaan di media sosial yakni Instagram untuk media informasi, penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan, perbedaannya di subjek penelitian, teori yang digunakan. Di penelitian Tryawinda subjek penelitiannya *followers* atau *founder* akun Instagram @taulebih.id, teori yang digunakan teori ekologi media. Untuk peneliti subjek penelitian admin Instagram @fuadiainponorogo dan mahasiswa angkatan 2020, teori *uses and gratification 2.0*.

*Kelima*, skripsi yang berjudul “Penggunaan Instagram @Kominfoinhuriau Sebagai Media Informasi Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Indragiri Hulu,” karya Darliansyah mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, 2024. Tujuan penelitian ini ialah untuk menyiarkan seberapa efektif Instagram @Kominfoinhuriau sebagai media informasi dalam hal komunikasi dan keterlibatan masyarakat yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Indragiri Hulu. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa komunitas Kabupaten Indragiri Hulu menggunakan akun Instagram @Kominfoinhuriau untuk terlibat sosial dan memenuhi kebutuhan informasi. Melalui akun Instagram @Kominfoinhuriau, media yang tepat dan strategi isi media yang bijak dapat membantu meningkatkan komunikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Indragiri Hulu. Jika saran ini diterapkan, mereka dapat meningkatkan hubungan antara orang-orang dan meningkatkan manfaat dari penggunaan Instagram @Kominfoinhuriau dalam membantu komunikasi pemerintahan yang efektif. Studi ini menemukan bahwa pengguna Instagram

@Kominfoinhuriau secara umum menggunakan platform secara teratur dan mengakses situs web setiap hari. Kedua, pilihan Instagram sebagai platform komunikasi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika terbukti efektif, seiring dengan tingginya keterlibatan pengguna. Hubungan ketiga antara orang-orang yang menggunakan Instagram @Kominfoinhuriau sangat jelas.<sup>14</sup>

Persamaannya sama-sama meneliti media sosial Instagram sebagai media informasi, penelitian deskriptif kualitatif, tiga teknik pengumpulan data. Perbedaan terletak di penelitian Darliansyah menggunakan teori *Uses and Gratification* dan teori *New Media*, sedangkan peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification 2.0*, lokasi penelitiannya pun juga berbeda.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dituangkan dalam bentuk uraian disertai data lapangan tertentu. Tujuan dari pendekatan kualitatif adalah untuk mengumpulkan berbagai informasi secara menyeluruh dengan memberikan gambaran keadaan aktual. Peneliti memilih pendekatan kualitatif dikarenakan data penelitian akun media sosial Instagram @fuadiainponorogo yang dijadikan media informasi mahasiswa FUAD angkatan 2020 dipaparkan melalui tulisan.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) karena dilakukan di lingkungan kampus IAIN Ponorogo. Sebuah penelitian yang

---

<sup>14</sup> Darliansyah, "Penggunaan Instagram @Kominfoinhuriau Sebagai Media Informasi Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Indragiri Hulu," UIN Suska, Riau, (2024).

dilakukan peneliti secara sistematis dengan mengangkat dan menggali data-data yang berada di lapangan. Dilihat dari jenis penelitiannya termasuk jenis penelitian deskriptif, yang berarti menggambarkan dan menjelaskan objek sebagaimana adanya peneliti tidak memanipulasi variabel dan tidak mengontrol variabel penelitian.<sup>15</sup> Peneliti mengambil jenis penelitian deskriptif dikarenakan sesuai dengan pendekatan kualitatif.

## **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah dimana penelitian dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dan berkaitan dengan masalah penelitian. Penelitian ini rata-rata dilakukan di gedung Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah kampus 2 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Berlokasi Jl. Puspita Jaya, Krajan, Pintu, Kec. Jenangan, Kab. Ponorogo.

## **3. Data dan Sumber Data**

Data berarti suatu fakta yang digambarkan kode, simbol, angka dan lain-lain. Pengambilan keputusan yang baik adalah hasil penarikan kesimpulan berdasarkan data/ fakta yang benar.<sup>16</sup> Menurut sumber, terbagi atas data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data primer. Sedangkan, data sekunder ialah data yang dikumpulkan

---

<sup>15</sup> Cut Medika Zellatifanny and Bambang Mudjiyanto, "Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi," *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi* 1, no. 2 (2018): 83.

<sup>16</sup> M. Makbul, "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian," 2021, 6.

pengumpulan data melalui sumber lain.

Data yang digunakan di penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni :

a. Jenis Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kualitatif. Dalam jenis data kualitatif data yang disajikan berupa kata, kalimat, paragraf yang berkaitan dengan penelitian.

1) Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara kepada informan. Data primer penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan admin akun Instagram @fuadiainponorogo. Kemudian, wawancara perihal akun Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi kepada mahasiswa FUAD angkatan 2020.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah bahan penelitian berasal dari dokumen referensi, jurnal, artikel, catatan, internet, dan lainnya.<sup>17</sup> Data sekunder penelitian ini yaitu data mengenai Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah berupa artikel di website, hasil *screenshot* Instagram.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ialah dari mana data diperoleh. Sumber data adalah objek penelitian yang di dalamnya data itu digabungkan. Sumber data berupa objek, gerakan, orang, tempat, dan

---

<sup>17</sup> V. Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi." (Yogyakarta: Pustaka Baru Pers, 2015), 88.

lain-lain. Untuk sumber data di penelitian ini berupa primer dan sekunder.

#### 1) Sumber Data Primer

Sumber data primer penelitian dari data hasil wawancara yang dilakukan dengan admin akun Instagram @fuadiainponorogo dan mahasiswa FUAD angkatan 2020 dengan kriteria narasumbernya ialah berdasarkan jenis kelamin yakni laki-laki dan perempuan di setiap jurusannya.

#### 2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder didapatkan dari website Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah serta website lain yang mendukung penelitian. Dijadikan sebagai sumber data pendukung untuk melengkapi penelitian.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Wawancara

Merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data di lapangan. Wawancara adalah bentuk pengumpulan data paling umum dalam penelitian kualitatif. Wawancara adalah situasi tatap muka antara pewawancara dan responden, yang dirancang untuk menggali informasi yang diperlukan dan memperoleh data responden.<sup>18</sup> Dengan melakukan wawancara, peneliti dapat melihat kekurangan data yang

---

<sup>18</sup> Lukman Nul Hakim, "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit," *Jurnal Aspirasi* 4, 2 (2013): 165–272.

diambil. Menggunakan bahasa yang baik, sopan dan benar menjadi poin peneliti ketika mengajukan pertanyaan.

Teknik pengumpulan data wawancara, peneliti memilih wawancara mendalam (*in-depth interview*), yakni sebuah proses memperoleh informasi untuk kepentingan penelitian melalui tanya jawab pewawancara dan informan secara tatap muka dengan atau tanpa pedoman wawancara.<sup>19</sup> Dengan melakukan wawancara secara mendalam, peneliti bisa mendapatkan data berupa informasi. Wawancara dilakukan kepada admin akun Instagram @fuadiainponorogo dan mahasiswa FUAD angkatan 2020.

Peneliti memilih teknik pengambilan sampel *probability sampling* yaitu *stratified sampling* dalam menentukan sampel atau narasumber. Banyaknya mahasiswa FUAD angkatan 2020 membuat peneliti melakukan pengelompokan untuk memudahkan menggali data. Melakukan jenis wawancara semi terstruktur, peneliti mengembangkan pertanyaan yang diajukan kepada narasumber yang masih di lingkup penelitian.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung dengan penglihatan, penciuman, pendengaran, sentuhan, rasa. Dalam penelitian kualitatif, observasi berfungsi melihat dan mengamati langsung subjek penelitian sehingga peneliti mencatat dan mengumpulkan informasi yang

---

<sup>19</sup> Thalha Alhamid dan Budur Anufia, "Resume: Instrumen Pengumpulan Data," 9.

diperlukan untuk mengungkap penelitian yang dilakukan.<sup>20</sup>

Peneliti memilih observasi non partisipan selama penelitian berlangsung. Yaitu peneliti tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan yang berada di lapangan. Peneliti mengamati melalui media sosial Instagram @fuadiainponorogo secara berkala. Observasi yang dilakukan peneliti berlangsung hingga mendapatkan data pasti sehingga data yang ditulis berdasarkan fakta.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi untuk melengkapi metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi sebagai sumber data digunakan para peneliti, terutama menguji, menginterpretasikan, bahkan memprediksi.<sup>21</sup> Data yang diperoleh melalui teknik ini dapat melengkapi data penelitian. Dokumentasi penelitian ini yakni *screenshot* Instagram akun @fuadiainponorogo dan gambar lainnya.

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah proses penelitian yang dilakukan setelah semua informasi yang diperlukan memecahkan masalah. Proses sistematis mempelajari dan mensintesis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama dan selesai di lapangan.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Ibid., 10.

<sup>21</sup> Natalina Nilamsari, "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif," *Jurnal Wacana*, 8, 2 (2014): 179.

<sup>22</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." (Bandung: Alfabeta,

Di penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data Miles and Huberman yang meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/ verification*).

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih faktor-faktor kunci, memfokuskan pada faktor-faktor penting, mencari tema dan pola. Data yang direduksi akan memberikan gambaran jelas dan memudahkan peneliti melakukan pengumpulan dan pencarian data lebih mendalam jika diperlukan. Tahap ini peneliti melakukan pemisahan atau memilih data penelitian media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, grafik, diagram, dan lainnya. Dengan menampilkan data, lebih mudah untuk memahami yang terjadi dan merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami. Dalam hal ini selain mereduksi dengan teks naratif, peneliti juga mereduksi data dalam bentuk tabel atau sejenisnya.

c. Verifikasi Data

Hasil penelitian kualitatif bisa saja merespon atau tidak terhadap rumusan masalah, karena masalah dan rumusan masalah masih bersifat

sementara dan akan berkembang seiring dilakukannya penelitian di lapangan.<sup>23</sup>

d. Penarikan simpulan

Merupakan kegiatan penafsiran terhadap hasil analisis dan interpretasi data. Data yang telah disajikan akan dianalisis peneliti dan ditarik kesimpulan terkait penelitian pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 sehingga menjadi hasil penelitian yang valid.

## 6. Pengecekan Keabsahan Data

Kegiatan ini diperlukan untuk mendapatkan data dan informasi valid agar hasil penelitian dipertanggung jawabkan dengan baik dan maksimal. Dalam penelitian kualitatif, data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan yang sesungguhnya terjadi di lapangan.

Peneliti melakukan pengecekan keabsahan data yakni dengan uji kredibilitas dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Meningkatkan Ketekunan

Peneliti dapat meningkatkan ketekunan dengan melakukan pengamatan terus menerus, membaca berbagai referensi dari hasil penelitian atau dokumentasi terkait, dan mengecek kembali apakah

---

<sup>23</sup> Ibid., 323-330.

informasi yang ditemukan benar atau tidak.<sup>24</sup> Dalam hal ini, peneliti membaca ulang dan mengamati kembali jika data kurang sesuai dan tidak meyakinkan untuk dijadikan hasil penelitian.

b. Triangulasi

Tujuan triangulasi untuk meningkatkan kekuatan teoretis, metodologis, dan interpretif penelitian kualitatif. Triangulasi diartikan sebagai verifikasi informasi menggunakan sumber, metode dan waktu.

Dalam uji keabsahan data, peneliti memilih triangulasi metode. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan data yang caranya berbeda. Melalui berbagai perspektif atau sudut pandang dengan mengharapkan hasil mendekati kebenaran. Oleh karena itu, langkah triangulasi ini dilakukan ketika informasi yang diperoleh dari subjek atau informan diragukan. Peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data penelitian.

## 7. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan, peneliti menggambarkan alur bahasan relevan mengenai penelitian yang ditulis. Pembahasan dalam penelitian dibagi menjadi lima bab yang berkesinambungan. Gambaran masing-masing bab seperti berikut :

---

<sup>24</sup> Arnild Augina Mekarisce, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat," *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, 3 (2020): 150.

- BAB I** : Memaparkan pendahuluan sebagai pengantar skripsi, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.
- BAB II** : Memaparkan teori dan konsep yang digunakan. Teori yang digunakan, antara lain: Media Sosial, Instagram, Instagram Sebagai Media Informasi, teori *Uses and Gratifications 2.0*
- BAB III** : Pemaparan data umum. Mendeskripsikan sejarah, profil, hal berkaitan dengan akun media sosial Instagram @fuadiainponorogo, dan data khusus dari rumusan masalah.
- BAB IV** : Membahas analisis data terkait motif pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo dan kebutuhan informasi mahasiswa FUAD angkatan 2020 terhadap media sosial Instagram @fuadiainponorogo.
- BAB V** : Membahas kesimpulan penelitian, disertai saran berdasarkan temuan penelitian

## BAB II

### MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI DENGAN ANALISIS *USES AND GRATIFICATION 2.0*

#### A. Media Sosial

##### 1. Pengertian

Media sosial telah mengubah dunia secara dramatis. Media sosial merupakan media *online* yang mendukung interaksi sosial, menggunakan teknologi jaringan untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “seperangkat aplikasi berbasis Internet yang dibangun berdasarkan ide dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan berbagi konten buatan pengguna.” Media sosial mengajak seluruh pihak yang berkepentingan untuk berpartisipasi, berbagi informasi secara cepat dan tanpa batasan dengan memberikan komentar dan masukan secara terbuka.<sup>1</sup>

Definisi media sosial menurut literatur penelitian, ialah:

- a. Anthony Mayfield, berpendapat bahwa media sosial diartikan sebagai media dimana penggunaannya dengan mudah berpartisipasi, berbagi peran dan berkreasi, terutama blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia *online*, forum virtual termasuk dunia maya.
- b. Philip Kotler dan Kevin Keller, bahwa media sosial adalah cara konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio satu

---

<sup>1</sup> Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia,” 140–57.

sama lain dengan perusahaan.

- c. Marjorie Clayman mengatakan media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan Anda mengenal pelanggan dan prospek Anda dengan cara yang tidak mungkin dilakukan sebelumnya.
- d. Sam Decker mengatakan juga memaparkan perannya dalam definisi media sosial. Ia percaya bahwa konsep media sosial mencakup konten digital dan interaksi satu sama lain.
- e. Menurut Henderi, Muhammad Yusup, dan Yuliana Isma Graba, konsep media sosial adalah seperti layanan berbasis web yang memungkinkan orang membuat profil publik atau semi publik dalam sistem terbatas, mendaftar pengguna lain yang terhubung dengan mereka dan melihat daftar koneksi serta mempelajari yang dibuat orang lain dalam sistem.<sup>2</sup>

## 2. Macam Media Sosial

### a. YouTube

YouTube adalah situs berbagi video populer tempat pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan bulan Februari 2005 oleh mantan karyawan PayPal Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Sebagai layanan Google, pengguna dengan mudah mengunggah video dan menjadikannya diakses secara bebas oleh orang lain di seluruh dunia. YouTube memiliki lebih dari 1 miliar pengguna dan menghasilkan miliaran penayangan.

---

<sup>2</sup> Arum Wahyuni Purbohasuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Ekonomika* 12, 2 (2017): 212–31.

b. WhatsApp

WhatsApp merupakan aplikasi berbasis internet dan salah satu aplikasi yang memberikan dampak paling besar terhadap perkembangan teknologi informasi saat ini. Aplikasi berbasis internet ini berperan sebagai media komunikasi yang ramah dimana pengguna dapat berkomunikasi dan berinteraksi.<sup>3</sup>

c. Facebook

Diluncurkan tanggal 4 Februari 2004, Facebook awalnya didirikan Mark Zuckerberg sebagai lingkungan pribadi untuk komunikasi lulusan Harvard dan alumni SMA Ardsley. Facebook menjadi website nomor satu yang dicari di Google oleh orang Indonesia untuk kata kunci yakni Facebook, *login* Facebook, cara membuat Facebook dan semua kata mengandung Facebook.<sup>4</sup>

d. TikTok

Dibuat Zhang Yiming, pada September 2016. TikTok membuat video pendek menarik dengan efek khusus yang dapat dilihat siapa saja. TikTok menawarkan hiburan untuk menghilangkan penat dan bosan dan penggunaanya dapat mengungkapkan banyak ekspresi saat menggunakan dan menonton video.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Leila Setia Ningsih et al., "Pemanfaatan Media Whatsapp Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Pustakawan," *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi* 2275, (2022): 1–12.

<sup>4</sup> Evi Nuryani, "Hubungan Intensitas Mengakses Facebook Dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri Tenggarong Seberang," *E Journal Ilmu Komunikasi* 2, 3 (2014): 181.

<sup>5</sup> Armylia Malimbe, Fonny Waani, and Evie A.A. Suwu, "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado," *Jurnal Ilmiah Society* 1, 1 (2021): 2.

e. Line

Sebagai penyempurnaan dari aplikasi perpesanan sebelumnya, WhatsApp dan BBM. Line adalah alat pesan instan berbentuk baru yang membutuhkan koneksi internet dan jaringan untuk berkomunikasi. Line memiliki fitur seperti panggilan gratis, stiker, permainan, dan kemampuan panggilan video.<sup>6</sup>

f. Telegram

Salah satu aplikasi media sosial yang dirilis tahun 2013. Telegram berkembang sangat pesat hingga mampu bersaing dengan aplikasi media sosial lainnya, seperti WhatsApp. Alasan mengapa aplikasi ini sangat disukai masyarakat karena fiturnya yang luas, termasuk stiker yang lucu.<sup>7</sup>

g. Twitter

Twitter, dioperasikan Twitter, Inc. Menawarkan layanan microblogging yang memungkinkan pengguna mengirim dan membaca pesan yang dikenal tweet. Merupakan teks sepanjang 140 karakter yang ditampilkan di halaman profil pengguna.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Irfan Fitrihanur, "Analisis Efek Penggunaan Media Sosial LINE Messenger Pada Remaja Di SMKN 1 Samarinda," *EJournal Ilmu Komunikasi* 4, 4 (2016): 240–253.

<sup>7</sup> Iwan Mahendro Dhanan Abimanto, "Penggunaan Aplikasi Telegram Untuk Kegiatan Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mata Kuliah Bahasa Inggris Materi Speaking Pada Mahasiswa Universitas Maritim Amni Semarang," *Prosiding Kematriman 2021* 1, 1 (2021): 252.

<sup>8</sup> N M Anggreini, "Pemanfaatan Media Sosial Twitter Di Kalangan Pelajar SMK Negeri 5 Samarinda," *EJournal Sosiatri-Sosiologi* 4, 2 (2016): 239–51.

### 3. Karakteristik Media Sosial

#### a. Jaringan

Kata jaringan berarti komputer, yaitu infrastruktur yang menghubungkan perangkat keras dan komputer. Apakah pengguna saling mengenal di dunia nyata atau tidak.<sup>9</sup> Dengan kehadiran media sosial mampu memberikan medium bagi penggunanya agar tetap terhubung.

#### b. Informasi

Informasi merupakan etintas paling penting dalam media. Informasi adalah dasar untuk interaksi pengguna media sosial dan memproduksi konten. Sifat informasi media sosial dapat dilihat pada media sosial yang merupakan alat berbasis informasi dan menjadi komoditas di media sosial. Informasi dapat dilihat, diperbarui, dipertukarkan.

#### c. Arsip

Tanda yang menunjukkan bahwa data dapat diakses dan disimpan di perangkat. Tidak ada data yang hilang dalam sehari, sebulan, atau setahun. Arsip adalah kumpulan warkat yang berisi berbagai informasi tentang peristiwa dan pelacakan aktivitas dalam bentuk dokumen seperti teks, grafik, gambar, atau database.

---

<sup>9</sup> Rulli Nasrullah, "Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi." (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).

#### d. Interaksi

Salah satu fungsi utama media sosial adalah membangun jaringan pengguna. Menurut Gane dan Beer, "Interaksi adalah proses yang terjadi antara pengguna dan perangkat teknis."

#### e. Simulasi Sosial

Pengguna media sosial harus memenuhi dua syarat. Pertama, mereka harus terhubung ke internet, mendaftar atau login dengan username dan password mereka. Kedua, harus dikaitkan dengan keterbukaan identitas dan kepemimpinan mereka dalam dunia maya.

#### f. Penyebaran

Tidak hanya menghasilkan konten yang dibuat dan dikonsumsi pengguna, tetapi juga konten yang dibagikan dan dikembangkan oleh pengguna. Distribusi ini terjadi dalam dua cara, yaitu konten dan perangkat.<sup>10</sup>

## B. Instagram

### 1. Pengertian

Instagram berasal dari pemahaman aplikasi ini secara keseluruhan. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang saat itu dikenal dengan "foto instan". Sedangkan, kata "gram" berasal dari kata "Telegram" yang mempunyai efek mengirimkan informasi kepada orang

---

<sup>10</sup> Neng Dewi Kurnia, Riche Cynthia Johan, and Gema Rullyana, "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas," *Edulib* 8, 1 (2018): 5.

lain dengan cepat. Ibarat Instagram, foto bisa diunggah melalui internet sehingga informasi yang ingin disampaikan bisa cepat diterima.<sup>11</sup>

Instagram dibuat Kevin Systrom dan Mike Krieger, dua lulusan Stanford University Amerika Serikat. Keduanya meluncurkan Instagram pada Oktober 2010. Layanan Instagram, saat itu masih berupa aplikasi smartphone. Pengguna terdaftar (dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan) Januari 2013.<sup>12</sup>

Instagram adalah aplikasi *smartphone* yang dirancang untuk komunikasi media sosial. Ini adalah salah satu platform media digital yang berfungsi seperti Twitter, tetapi pengguna dapat mengambil gambar dalam berbagai cara untuk berbagi informasi dengan mereka. Karena fiturnya yang membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik, dan lebih baik, Instagram juga dapat menginspirasi pengguna dan mendorong mereka untuk lebih kreatif.

Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad, atau iPodTouch versi apapun dengan sistem operasi iOS 7.0 atau lebih tinggi, di ponsel Android dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) atau lebih tinggi, dan Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat diunduh melalui *AppStore* dan *Google Play*. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook telah setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar \$1 miliar.<sup>13</sup> Instagram salah

---

<sup>11</sup> Muhammad Nurul Fahmi, "Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam," *An-Nawa : Jurnal Studi Islam* 1, 1 (2019): 1–27.

<sup>12</sup> Damayanti Rini, "Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram," *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma* 5, 3 (2018): 261–78.

<sup>13</sup> Fahmi, "Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam," 3.

satu media sosial dimana bisa memilih orang yang diundang sebagai teman juga bisa menolak jika tidak menginginkannya.<sup>14</sup>

## 2. Keunggulan Instagram

Beberapa keunggulan Instagram sebagai berikut :

### a. Mudah Dipahami

Berbagi foto atau video adalah hal mudah bagi siapa pun. Menggambar adalah bahasa universal, jadi mudah dimengerti dan tidak membuat pembacanya bosan.

### b. Kemudahan Pengguna

Karena kemudahan penggunaan, sistem informasi dianggap mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha dari pengguna. Indikatornya mudah digunakan, mudah dipahami, dan dapat diatur seperti Instagram.

### c. Mudah Menyampaikan Hal Baru

Orang Indonesia sangat ingin tahu tentang sesuatu yang baru, itulah salah satu alasan mengapa Instagram lebih fokus pada gambar untuk menyampaikan produk baru dengan konsep unik. Instagram menyediakan layanan utama berupa gambar dan video.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Witanti Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja," *Communication* 8, 1 (2017): 51.

<sup>15</sup> Indita Dewi Aryani and Dita Murtiariyati, "Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2, 2 (2022): 471.

d. Waktu Tayang 24 Jam

Instagram aktif selama 24 jam sehari. Konten apa pun yang dilihat oleh pengguna dapat terus menikmatinya di mana saja dari pengguna lain sehingga tidak menunggu keesokan harinya untuk melihat konten.

e. Keamanan dan Privasi

Kebijakan keamanan dan privasi Instagram dinilai sangat ketat. Misal, mengaktifkan fitur keamanan maka profil akun Instagram akan terkunci dan terlihat beberapa follower yang disetujui. Jika pengguna ingin melihat foto dan video, harus meminta teman terlebih dahulu.<sup>16</sup>

3. Fitur Instagram

Instagram aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, kemudian mendistribusikannya.. Instagram memiliki beberapa fitur terbaru sampai fitur sudah lama di Instagram, sebagai berikut:

a. *Home Page*

*Home page* adalah halaman utama, di mana foto terbaru sesama pengguna yang telah diikuti ditampilkan. Untuk melihat gambar, harus menggeser layar dari bawah ke atas, mirip menggeser mouse di komputer.

---

<sup>16</sup> Theza Hilda, "6 Kelebihan dan Kekurangan Instagram bagi Pengguna." (2022). <https://masdzikry.com/kelebihan-dan-kekurangan-instagram/>, (Diakses 9 Oktober 2023)

b. *Comment*

Hampir selalu ada di semua akun media sosial. Dapat menambahkan komentar foto di bagian komentar Instagram. Untuk melakukannya, klik ikon gelembung komentar bawah foto, masukkan pendapat tentang foto tersebut di kolom, dan klik tombol kirim.

c. *Explore*

Salah satu fitur yang dirancang Instagram untuk membantu kita dengan mudah menemukan berbagai jenis konten. *Explore* menampilkan foto-foto populer yang paling disukai pengguna Instagram.<sup>17</sup>

d. *Reels*

Rekam dan edit video 15 detik multi-klip dengan suara dan efek. Jika Anda memiliki akun publik, Anda dapat berbagi konten dengan pengikut dan menjangkau komunitas Instagram yang lebih besar. Bisa disimpan sebagai kumpulan klip atau unggahan album.<sup>18</sup>

e. *Direct Messages*

Instagram *Direct* adalah perpesanan dalam aplikasi yang memungkinkan mengirim pesan, foto, postingan, dan cerita secara pribadi ke satu atau lebih orang. Anda juga dapat berbagi artikel atau terhubung melalui obrolan video.

---

<sup>17</sup> Kurnia, Johan, and Rullyana, "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas," *EduLib* 8, 1 (2018): 5.

<sup>18</sup> Instagram, "Introducing Instagram Reels." (2020).  
<https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>.  
(Diakses 8 Oktober 2023)

f. *Threads*

Merupakan aplikasi baru yang dikembangkan tim Instagram yang memungkinkan pengguna berpartisipasi dalam diskusi publik dan berbagi pembaruan teks. Masukkan akun Instagram Anda dan buat postingan hingga 500 karakter yang menyertakan foto, video, dan tautan berdurasi hingga lima menit.<sup>19</sup>

g. *Instagram Stories*

Fitur *Instagram Stories* merupakan fitur paling populer dibandingkan fitur lainnya karena fitur ini menarik bagi pengguna. Dengan fitur ini, pengguna dapat memposting foto dan video berdurasi satu menit selama 24 jam untuk dilihat dan ditanggapi pengguna lain.<sup>20</sup>

h. *Siaran Langsung*

Anda dapat memulai *streaming* langsung untuk berinteraksi dengan pengikut secara *real time*. Setelah *streaming* langsung berakhir, dapat membagikan tayangan ulangnya atau mengaksesnya di arsip langsung.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Instagram, “*Introducing Threads : A New Way to Share With Text.*” (2023). <https://about.instagram.com/blog/announcements/threads-instagram-text-feature>. (Diakses 8 Oktober 2023)

<sup>20</sup> Ghufon Muchamad Nabil, Sugandi, “Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Pada Akun Instagram @Griizelle.Id),” *Jurnal Komunikasi Nusantara* 3, 1 (2021): 26–32.

<sup>21</sup> Meta Instagram, “Pusat Bantuan (Fitur Instagram).” [https://help.instagram.com/272122157758915/?helpref=hc\\_fnav](https://help.instagram.com/272122157758915/?helpref=hc_fnav). (Diakses 8 Oktober 2023)

### C. Instagram Sebagai Media Informasi

Informasi adalah komponen penting dari media sosial. Informasi dibuat, dibagi, dan dikonsumsi; pembuat pesan dapat mengakses konten atau informasi berdasarkan apa yang mereka buat, dan jumlah pesan yang dikirimkan tidak terbatas.

Castels memaparkan lima ciri dasar informasi dan kehadiran teknologi informasi yang semakin merambah kehidupan manusia, yaitu :

1. Informasi merupakan bahan baku perekonomian
2. Teknologi informasi memberikan dampak terhadap masyarakat dan individu
3. Informasi teknologi memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi sehingga logika jaringan dapat diterapkan dalam institusi atau proses ekonomi
4. Bila diterapkan menggunakan teknologi informasi dan logika jaringan memberikan fleksibilitas yang lebih besar sehingga proses ekonomi, organisasi dan institusi menjadi mudah dibentuk dan terus diciptakan
5. Masing-masing teknologi telah menyatu menjadi sistem yang terintegrasi

Claude Shannon dan Warren Weaver mendefinisikan informasi sebagai proses transformasi. Komponen yang mempengaruhi proses komunikasi mempengaruhi bagaimana informasi diproses dan berfungsi. Komponen pertama adalah sumber informasi, yang dapat berupa orang, mesin, atau entitas yang menghasilkan pesan. Komponen kedua adalah transmitter, atau media yang menyampaikan pesan. Komponen ketiga adalah saluran, yang merupakan

sarana penyampaian pesan. Dengan munculnya alat komunikasi yang terkoneksi internet, saluran informasi di jejaring sosial dapat berkembang lebih cepat.

Pengguna mengonsumsi informasi di jejaring sosial. Dalam waktu singkat, platform media sosial akan memberikan informasi kepada penggunanya, termasuk informasi dari Instagram. Informasi ini akan diberikan dari masa lalu hingga saat ini dengan berbagai topik, seperti dunia akademik. Instagram dapat digunakan oleh mahasiswa untuk berkomunikasi dengan dosen, kampus, dan akun media sosial lainnya yang terkait dengan mata kuliah yang dijalani mereka.<sup>22</sup>

Di era Covid-19, Instagram menjadi media sosial andalan hingga saat ini sebagai sumber informasi, selain WhatsApp dan website. Informasi sangat penting bagi mahasiswa yang diakses kapan saja, di mana saja melalui akun Instagram. Setiap fakultas dan kampus yang sebelumnya tidak memiliki akun Instagram kini telah memiliki akun Instagram dengan pengikut dari berbagai kalangan mahasiswa, termasuk akun Instagram @fuadiainponorogo. Akun Instagram @fuadiainponorogo digunakan sebagai sumber informasi mahasiswa untuk update informasi yang dilihat melalui postingan dan *story*.

---

<sup>22</sup> Rulli Nasrullah, "Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi." (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 19.

#### **D. *Uses and Gratification 2.0***

Menurut Katz, Blumler dan Gurevitch, penelitian *uses and gratification* adalah tentang “(1) asal usul sosial dan psikologis dari, (2) kebutuhan yang menimbulkan, (3) harapan dari, (4) media massa atau sumber lain yang memunculkannya, (5) perbedaan pola media (atau partisipasi dalam kegiatan lain) yang mengarah pada, (6) kepuasan kebutuhan, (7) konsekuensi lain yang sebagian besar dapat menimbulkan konsekuensi tidak diinginkan.” Pendekatan ini mengasumsikan bahwa orang memiliki kebutuhan bawaan yang dapat dipenuhi melalui kepuasan media adalah konsep “pemuasan kebutuhan” yang dicapai ketika kebutuhan seseorang terpuaskan melalui jenis sumber media tertentu yang memenuhi harapannya. Media modern terdiri dari sejumlah besar perangkat, seperti internet, situs jejaring sosial, tempat saluran, dan aplikasi ponsel pintar. Semua perangkat ini memungkinkan pengguna berinteraksi dengan "media" ini satu sama lain.

Secara historis, penelitian U&G media ini dikritik karena terlalu berfokus pada khalayak dan gagal mempertimbangkan bagaimana teknologi itu sendiri mempengaruhi pilihan dan kepuasan penggunaan media. Mengingat fokus penelitian penggunaan dan gratifikasi seringkali bukan pada teknologi media itu sendiri, dan sebagian besar penelitian diatur prinsip dan metode penelitian tradisional U&G, pemahaman penggunaan media baru cenderung didominasi faktor teknologi, sosio-psikologis daripada aspek berhubungan dengan media. Secara garis besar, *uses and gratification* merupakan pendekatan berpusat pada khalayak yang mengasumsikan individu mempunyai

kebutuhan spesifik yang mempengaruhi ketika memilih jenis media tertentu. Tujuan utama penelitian *uses and gratification* adalah untuk memahami interaksi antara munculnya kebutuhan dan konteks media.

Sesuai dengan asumsi ini, peneliti *uses and gratification* sering berfokus pada variabel sosial dan psikologis sebagai penentu motivasi menggunakan media tertentu. Yang lain berfokus di perbedaan kepuasan yang “dicari” dan “diperoleh” melalui penggunaan media. Elliot, bahwa U&G tidak dapat memprediksi sesuatu yang berguna kecuali menggunakan struktur penggunaan media kompleks berdasarkan perbedaan individu. Secara konseptual, kepuasan yang diperoleh dari media tidak harus didorong kebutuhan bawaan namun dapat dipicu karakteristik pengalaman menggunakan media tertentu.

Model MAIN mengidentifikasi empat kategori kemampuan teknologi di media digital, yaitu modalitas (*modality*), agensi (*agency*), interaktivitas (*interactivity*), dan navigasi (*navigability*). Model tersebut berpendapat bahwa kemampuan ini memberikan isyarat kepada pengguna media yang kemudian memicu elisitasi kognitif (jalan pintas mental) tentang karakteristik konten yang dikonsumsi.

- a) Modalitas (*modality*), mengacu berbagai metode presentasi (misal audio atau visual) konten multimedia, yang memanfaatkan berbagai aspek sistem kognitif manusia (misal pendengaran, penglihatan). Penelitian menunjukkan menyajikan informasi dalam berbagai cara tidak hanya praktis tetapi bermakna secara persepsi dan kognitif. Selain menentukan

bagaimana konten dilihat dan diproses, peningkatan modalitas di media digital juga berfungsi memberi sinyal heuristik kognitif tentang kualitas konten yang mendasarinya.

- b) Agensi (*agency*), dalam model utama *proxy* internet memungkinkan menjadi agen atau sumber informasi. Penelitian menunjukkan akibat perkembangan teknologi, pengguna media digital menjadi lebih proaktif dan suka berperan sebagai pengirim. Peningkatan agensi dan komunitas merupakan kepuasan yang didorong kemampuan untuk (a) memungkinkan pengguna berfungsi sebagai sumber konten secara individu dan kolektif, dan (b) mengkomunikasikan penerimaan orang lain terhadap postingan mereka. Dalam menyampaikan makna, *self agency* menyiratkan kepemilikan, sedangkan *other agency* mengarah penerapan heuristik profesional, heuristik mesin, atau heuristik ikut-ikutan.
- c) Interaktivitas (*interactivity*), didefinisikan sebagai keterjangkauan yang memungkinkan pengguna membuat perubahan secara *real-time* pada konten media. Keterjangkauan interaktif adalah inti dari aktivitas dengan memungkinkan pengguna berinteraksi melalui media. Interaktivitas menjamin keterlibatan yang kuat dengan konten yang bagus terlihat lebih baik, namun sebagian besar konten di situs internet biasa-biasa saja sehingga interaktivitas cenderung menonjolkan kekurangan konten.
- d) Navigasi (*navigability*), kedekatan yang memungkinkan pengguna bergerak melalui media. Pengalaman pengguna *online* sangat bergantung pada navigasi karena internet adalah ruang, bukan jendela. Dikatakan

aktivitas umum, seperti navigasi bebas dari satu situs ke situs lain di internet dan "memeriksa" berbagai tautan menyebabkan "heuristik penelusuran". Ketidakpuasan akan muncul jika antarmuka media membatasi navigasi pengguna.

Dalam ulasan terbaru penelitian U&G, Kremer dan Strizhakova menyatakan: "Meskipun benar bahwa media berbeda memiliki motivasi penggunaan yang berbeda, menciptakan tipologi tanpa banyak upaya untuk mengintegrasikannya pada tingkat yang lebih luas tidak akan mengidentifikasi penggunaan dan gratifikasi sebagai satu kesatuan bijak." Salah satu kelebihan metode U&G adalah fleksibel dan memungkinkan pemahaman induktif tentang tindakan masyarakat terhadap media.

Menurut McQuail, Blumler, dan Brown, motivasi dan kepuasan umum dalam menggunakan media tradisional adalah pengalihan perhatian, hubungan pribadi, identitas pribadi, dan pengawasan. Di antara konsep-konsep gratifikasi ini, pengawasan dan konsep terkait lainnya, seperti pencarian informasi, masih ada di sebagian besar studi gratifikasi. Sebagian besar penelitian U&G, gratifikasi dianggap sebagai hal statis dan berasal dari kebutuhan yang sudah ada sebelumnya. Kami berpendapat bahwa kemajuan teknologi telah meningkatkan keterjangkauan yang pada gilirannya telah menghasilkan kebutuhan baru dari pengguna yang ingin mendapatkan pengalaman media.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> S. Syham Sundar, Anthony M. Limperos, "Uses and Grats 2.0 : New Gratifications for New Media." *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57, 4, (2013).

## **BAB III**

### **PAPARAN DATA**

#### **A. Deskripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah**

##### **1. Profil Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah**

Sejak transformasi STAIN Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo pada tahun 2016, Jurusan Ushuluddin telah diubah menjadi Perguruan Tinggi Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Ilmu Al-Quran dan Tafsir (IAT), Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), dan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI) adalah tiga jurusan di Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD).

FUAD telah mengalami perkembangan pesat sebagai departemen baru IAIN Ponorogo dalam hal pembinaan kelembagaan, pembinaan keilmuan, dan peningkatan layanan akademik untuk mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh kurikulum yang telah disesuaikan dengan peraturan yang berlaku, termasuk Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SNPT) dan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), dan menggabungkan pengetahuan umum dan ilmu keislaman. Fakta bahwa alumni memiliki banyak peluang untuk masuk ke dunia kerja, terutama di lembaga pendidikan, penyiaran, dan konsultasi, baik negeri maupun swasta adalah bukti tambahan. Prasarana pendukung FUAD untuk pengembangan keilmuan termasuk laboratorium IAT, KPI, BPI, perpustakaan jurnal, dan Lembaga Penelitian Pendidikan Al-Quran (LP2Q).

FUAD berkomitmen untuk memberikan pendidikan dan pelayanan terbaik kepada civitas akademika Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Ponorogo. menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi yang memiliki akhlak mulia, keahlian dalam hadis, dan kepekaan dan kepedulian sosial yang tinggi terhadap Al-Quran, komunikasi dan penyiaran Islam, serta pengajaran dan bimbingan Islam.

## 2. Visi Misi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

### a. Visi

Terwujudnya jurusan Ushuluddin dan Dakwah yang unggul menuju masyarakat madani

### b. Misi

1. Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran bidang al-Qur'an-tafsir dan komunikasi-penyiaran Islam unggul menuju masyarakat madani
2. Melaksanakan penelitian bidang al-Qur'an-tafsir dan komunikasi-penyiaran Islam yang unggul menuju masyarakat madani
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat yang unggul menuju masyarakat madani
4. Melaksanakan kerja sama yang unggul menuju masyarakat madani<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, <https://fuad.iainponorogo.ac.id/>, (diakses 27 Desember 2023, 08.00)

### 3. Media Informasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah memiliki beberapa media yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi perkuliahan. Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah menyediakan berbagai sumber daya yang dapat diakses oleh mahasiswa kapan saja dan di mana saja. Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah memiliki sejumlah media yang dikelola beberapa mahasiswa untuk membuatnya lebih dikenal banyak orang. Media-media ini seperti website Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, YouTube Koprogo TV, Facebook Fuad Media Center IAIN Ponorogo, dan Instagram @fuadiainponorogo. Media-media tersebut memiliki cara tersendiri untuk menampilkan informasi sehingga menarik di mata *followers*.

Untuk website Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah menyebarkan informasi berupa berita, pengumuman, akademik, program studi, jurnal, lokasi kampus, hingga kemahasiswaan. Mahasiswa yang baru memasuki Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah dapat melihat informasi terbaru di website tersebut.<sup>2</sup> Kemudian, YouTube Koprogo TV mulai bergabung pada 16 Juli 2020, dengan jumlah video sebanyak 94, subscriber berjumlah 508, dan 20.293 kali ditonton. Koprogo TV menyebarkan informasi kepada publik dengan menggandeng beberapa dosen hingga mahasiswa sehingga tidak monoton. Isi kontennya mulai dari panduan, profil, dakwah selama bulan Ramadhan, cerita dari wisudawan,

---

<sup>2</sup> Ibid.

penerimaan mahasiswa baru, doa bersama, seminar, hingga informasi lain yang sifatnya tidak berkaitan dengan perkuliahan. Koprogo TV juga melakukan *live streaming* sehingga publik dapat memberikan komentar secara *live* dan dilihat oleh operator.<sup>3</sup>

Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah juga media sosial bernama Fuad Media Center IAIN Ponorogo, yang bergabung pada 21 September 2021 dan memiliki 14 pengikut. Namun, media sosial ini tidak berfungsi dan postingan terakhirnya dibuat pada 26 September 2021.<sup>4</sup> Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah juga memiliki media sosial Instagram, yang ditambahkan tahun 2021. Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah menggunakan Instagram karena menjadi media sosial yang menarik dengan foto, video, dan tulisan. Instagram @fuadiainponorogo digunakan mahasiswa sebagai referensi untuk melihat dan mempelajari informasi yang disebar.<sup>5</sup>

Setiap jurusan yang ada di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah juga memiliki akun media tersendiri sehingga informasi yang disebar pun beraneka macam. Di jurusan Ilmu Alqur'an dan Tafsir tidak memiliki website, tetapi memiliki Instagram yang bernama @jurusaniatponorogo dengan pengikut 113 dan 35 postingan. Tetapi, Instagram dari jurusan Ilmu

---

<sup>3</sup> Koprogo TV, <http://www.YouTube.com/@koprogotv4472>, (diakses 27 Desember 2023, 08.36)

<sup>4</sup> Fuad Media Center, <https://m.facebook.com/people/Fuad-Media-Center-IAIN-Ponorogo/100075868783182/>, (diakses 27 Desember 2023, 08.29)

<sup>5</sup> Fuad IAIN Ponorogo, <https://www.instagram.com/fuadiainponorogo?igsh=NGVhN2U2NjQ0Yg==>, (diakses 27 Desember 2023, 08.40)

Al-Qur'an dan Tafsir ini sudah lama tidak memposting informasi terkait perkuliahan sehingga membutuhkan cara atau strategi untuk menghidupkan kembali dan menyebarkan informasi untuk jurusan IAT.

Di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam memiliki media website, Instagram, dan YouTube yang semuanya menyebarkan informasi perkuliahan. Website [kpi.iainponorogo.ac.id](http://kpi.iainponorogo.ac.id) memposting seputar berita atau informasi berkaitan dengan fakultas atau KPI. Mahasiswa baru yang ingin mengetahui apa itu jurusan KPI bisa mengunjungi websitenya. Kemudian, Instagramnya yakni @kpiiainponorogo termasuk *official account* untuk menyebarkan informasi secara luas dan kekinian. Memiliki jumlah pengikut sebanyak 598 dengan 166 postingan. Postingannya mengenai perkuliahan yang di dalamnya berkaitan prestasi mahasiswa, ucapan selamat, event kampus atau jurusan, maupun yang berkaitan dengan KPI. Admin Instagram @kpi.iainponorogo.ac.id cukup aktif dalam memposting dengan template postingan cukup beragam. Jurusan KPI juga memiliki media sosial YouTube diberi nama jurusan KPI IAIN Ponorogo. Konten yang diposting termuat dalam warta KPI yang durasinya tidak banyak tetapi mampu mewakili isi konten didalamnya. YouTube KPI juga melakukan *live streaming* ketika ada event fakultas yang sifatnya besar.

Jurusan lain di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang juga memiliki media yakni jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam yang berkonsentrasi terhadap psikolog. Media yang dimiliki sama seperti website, Instagram, dan YouTube. Untuk website [bpi.iainponorogo.ac.id](http://bpi.iainponorogo.ac.id)

membagikan informasi berita dengan tampilan yang berbeda dengan jurusan lainnya. Setiap kegiatan yang berkaitan dengan BPI selalu disebarakan melalui website agar mahasiswa mengetahui kegiatan yang terlaksana.

Instagram BPI bernama @bpiponorogo\_official merupakan *official account* media sosial yang kekinian. Admin akun @bpiponorogo\_official cukup aktif memposting konten yang berkaitan dengan perkuliahan dan merepost jika ada melakukan hastag. Memiliki pengikut 233 dengan jumlah postingan 46 membuat Instagram BPI menjadi wadah mahasiswa jurusan BPI untuk mengekspresikan hal terkait perkuliahan khususnya di bidang konseling. Sama halnya dengan jurusan lain, BPI juga memiliki YouTube yang diberi nama channel BPI IAIN PONOROGO. Memposting konten yang berkaitan dengan ilmu psikologi, ilmu konseling, visi misi jurusan BPI, keilmuan counseling. Tetapi, YouTube BPI tersebut sudah hampir setahun tidak memposting konten sehingga mahasiswa lebih condong ke Instagram.

Setiap jurusan yang berada di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah masing-masing telah memiliki media baik website maupun media sosial dengan template postingan berbeda-beda dan pengikut di media sosial Instagram sudah ada yang mencapai angka lebih dari 100. Tetapi, untuk pusat informasi perkuliahan yang berada di fakultas secara resmi atau *official* tetap melalui website dan Instagram Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Oleh karena itu, penelitian ini di sub bab berikutnya akan

dijelaskan akun Instagram Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah sebagai objek kajian penelitian yang peneliti lakukan.

## **B. Deskripsi Profil Akun Instagram @fuadiainponorogo**

### **1. Awal Berdiri Akun Instagram @fuadiainponorogo**

Seiring perkembangan bidang internet, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah telah membuat akun di media sosial Instagram diberi nama @fuadiainponorogo. Akun @fuadiainponorogo menjadi media efisien untuk persebaran informasi perkuliahan keluarga besar Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah serta masyarakat luas. Bergabung bulan Agustus 2021, bertujuan menjadi tempat untuk melihat dan mengetahui perkembangan informasi seputar fakultas dan institut. Di tahun 2021, sempat mengalami pandemi covid-19 yang semua informasinya melalui media sosial. Hingga dibuatlah akun tersebut sebagai salah satu sumber informasi perkuliahan di IAIN Ponorogo.

“Akun @fuadiainponorogo muncul pada Agustus 2021. Karena sekarang di era media sosial, dimana pada saat itu juga covid-19 yang mana informasi kita butuhkan biar cepat dan akhirnya diputuskan membuat IG FUAD sebagai tempat informasi apapun baik untuk mahasiswa, dosen, dan masyarakat supaya mengetahui.”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/24-10/2023



**Gambar 3.1. Tampilan Profil Akun Instagram @fuadiainponorogo**  
(Sumber: Screenshoot Akun Instagram @fuadiainponorogo)

Tak hanya sebagai media persebaran informasi, Instagram @fuadiainponorogo juga menjadi wadah mahasiswa untuk mengembangkan bakat, seperti konten kreator, desain, *talent* atau model video, serta kemampuan di bidang lainnya. Para dosen pun bisa menyalurkan ide yang dimiliki untuk menambah eksistensi Instagram @fuadiainponorogo dengan cakupan materi konten yang bermanfaat.

“Di sosial media FUAD ini menjadi wadah mahasiswa, misalnya mereka bertalenta dalam hal editing video, konten creator misalkan juga menjadi talentnya sendiri kayak gitu. Selain itu apa namanya sosial media di FUAD itu juga menjadi wadah bagi selain mahasiswanya juga untuk dosennya, jadi kayak misalkan ada yang mahasiswa prestasi misalkan ada dosen yang berprestasi juga atau mendapatkan sesuatu yang luar biasa di luar atau mendapatkan apa ya istilahnya penghargaan di luar fakultas. Jadi selain mahasiswa, untuk dosen juga.”<sup>7</sup>

Konten yang diposting admin akun Instagram @fuadiainponorogo semakin hari kian meningkat seiring kebutuhan informasi dan perkembangannya. Konten yang diposting sering ditambahi lagu yang

<sup>7</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/24-10/2023

sesuai dengan isi konten sehingga menarik. Hampir semua trend populer di media sosial lain dipraktikkan dengan disisipkan informasi perkuliahan. Isi konten yang disuguhkan beragam, seperti konten selama kelas, hari besar nasional, dakwah bulan Ramadhan, ucapan selamat, atau video hiburan. Di akun Instagram @fuadiainponorogo juga memberitahukan fakultas memiliki jurnal nasional dengan memposting foto jurnal di feed yang bisa dijadikan referensi.



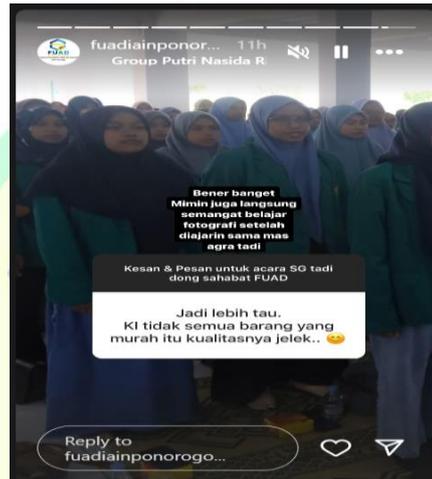
**Gambar 3.2. Tampilan Konten Video Reels Kemerdekaan Indonesia**  
(Sumber: Screenshoot Akun Instagram @fuadiainponorogo)



**Gambar 3.3. Tampilan Postingan Jurnal Nasional Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah**  
(Sumber: Screenshoot Akun Instagram @fuadiainponorogo)

Admin akun Instagram @fuadiainponorogo juga sering membuat kolom pertanyaan dengan memanfaatkan fitur Instagram guna menjalin

keakraban dengan *followers*. Pertanyaan yang telah masuk akan dijawab disertai stiker atau lagu. Video singkat juga sering dibuat melalui *instastory* sebagai bentuk keaktifan admin dalam menggunakan Instagram.



**Gambar 3.4. Tampilan Instastory Interaksi Admin @fuadiainponorogo dengan Followers**  
(Sumber: Screenshoot Akun Instagram @fuadiainponorogo)

Konten dibuat di lingkungan kampus dengan tujuan selain menyebarkan informasi juga memperkenalkan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah dan IAIN Ponorogo ke masyarakat luas, karena *followers* akun @fuadiainponorogo tidak hanya mahasiswa dan dosen saja melainkan juga dari masyarakat. Masing-masing konten memiliki karakteristik sehingga menentukan jumlah *like* dan komentar.

Konten berbentuk gambar di desain dengan warna, bentuk tulisan, tambahan foto, serta karakter kartun yang dibuat melalui aplikasi Canva atau aplikasi yang mendukung desain. Sedangkan, konten berbentuk video dengan durasi singkat maupun lama pasti membutuhkan model dari mahasiswa tergantung situasi dan tema bahkan kolaborasi antara dosen dan

mahasiswa. Konten yang diunggah di Instagram @fuadiainponorogo berbentuk video dengan durasi singkat seperti ucapan hari ibu yang kelanjutannya dapat dilihat di YouTube Kopirogo TV.

“Ada yang rekomendasi, karena media sosial juga dikelola oleh beberapa dosen yang ditugaskan untuk menggerakkan mahasiswa terkait pembuatan konten.”<sup>8</sup>

Hal ini hampir senada dengan pernyataan salah satu admin bahwa terkait penentuan model video bisa rekomendasi atau dari tim Fuad Cyber Center yang akan didiskusikan lebih lanjut.

“Iya yang bikin reels juga dari tim cyber, biasanya kalau video ibu yang mendampingi kira-kira ada momen abc, momen penerimaan mahasiswa baru, momen uas, ini kira-kira temen-temen mau bikin konten seperti apa kita biasanya meeting di grup.”<sup>9</sup>

Fuad Cyber Center atau sering disebut FUCER merupakan tim kehumasan yang dibuat fakultas sesuai dengan SK dari Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Nomor 152/In.32.4/02/2022. Di dalam FUCER terdapat divisi-divisi untuk mempermudah dalam melaksanakan tugas, seperti divisi berita, design grafis, web master, serta kemahasiswaan. FUCER memiliki pekerjaan rumah atau tugas yang setiap harinya ada dan harus diselesaikan, diantaranya terkait kehumasan dan pengelolaan media sosial yang menyangkut informasi pemberitaan baik akademik maupun non akademik yang ada di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Tim FUCER juga akan mencari informasi yang berkaitan dengan perkuliahan

---

<sup>8</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/24-10/2023

<sup>9</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/24-10/2023

sehingga konten-konten digital yang diposting sudah valid dan akurat.<sup>10</sup> Pembentukan tim FUCER juga memberikan manfaat bagi mahasiswa ketika libur semester dikarenakan pasti ada informasi perkuliahan sehingga untuk melihatnya tidak perlu datang ke kampus.

“Untuk meliput berita kegiatan akademik atau non akademik yang ada di FUAD bisa lebih cepat informasinya ke mahasiswa. Karena kalau liburan misal libur semester mahasiswa tidak bisa ke kampus untuk mencari informasi. Otomatis untuk mempublikasikan segala informasi yang ada di Fuad, karena semua serba digital sehingga untuk mengejar digitalisasi dibuatlah Instagram ini.”<sup>11</sup>

Anggota tim FUCER tidak hanya dari dosen sebagai koordinator, melainkan mahasiswa mulai dari semester 1 hingga 8 tetapi peminat lebih banyak mahasiswa semester 1 hingga 5. Dibentuk pada Januari 2022, FUCER telah merekrut mahasiswa dengan jobdesk atau minat bakatnya. Tim FUCER membuka *open recruitment* yang informasinya diposting melalui Instagram @fuadiainponorogo secara berkala melalui *instastory* atau feed. Mahasiswa yang ingin bergabung dengan tim FUCER melalui tahapan seperti pendaftaran lewat google form, membuat video perkenalan, hingga tes wawancara.

“Untuk peminatnya lumayan banyak sehingga harus melakukan tes wawancara terlebih dahulu untuk memilih dan menentukan siapa yang layak untuk bergabung menjadi tim kami. Pendaftaran dilakukan selama seminggu dengan beberapa tahapan seperti pendaftaran awal isi formulir, tes interview.”<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, <https://fuad.iainponorogo.ac.id/fuad-cyber-center-resmi-dibentuk-sebagai-tim-kehumasan-fakultas/> (diakses 29 Desember 2023, 21.16)

<sup>11</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 03/W/16-01/2024

<sup>12</sup> Ibid.



**Gambar 3.5. Tampilan Postingan *Open Recruitmen* Tim FUCER**  
(Sumber: Screenshoot Akun Instagram @fuadiainponorogo)

Posisi di FUCER beragam sehingga banyak pilihan untuk mahasiswa memilih sesuai minat dan bakatnya, seperti fotografi & videografi, presenter, konten kreator, jurnalistik, desain grafis, website & IT yang semua posisinya berada di bawah naungan fakultas. Setiap posisi memiliki peminat yang lumayan banyak sehingga satu posisi atau divisi bisa ditempati beberapa mahasiswa.

Akun Instagram @fuadiainponorogo juga menggunakan salah satu fitur dari Instagram yakni fitur siaran langsung atau *live*. Fitur *live* biasanya digunakan untuk menginformasikan informasi yang bersifat umum dengan jumlah penonton yang pastinya juga banyak. Tidak semua kegiatan yang ada di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah disiarkan secara langsung melalui Instagram, hanya acara-acara tertentu dan penting, seperti yudisium. Admin Instagram @fuadiainponorogo memiliki target penonton sebagai tolak ukur terhadap konten-konten yang memuat informasi di akun Instagram @fuadiainponorogo sehingga eksistensi terus terjaga.

“Kalau *live* Instagram biasanya kegiatan seperti yudisium, acara-acara penting yang berhubungan dengan kampus terutama FUAD. Pastinya ada, digunakan sebagai tolak ukur

guna mengetahui banyak yang berminat atau tidak saat Instagram FUAD mengadakan *live*, juga terhadap konten-konten lainnya.”<sup>13</sup>

Selain membuat video singkat yang lanjutannya bisa ditonton melalui YouToube, tim FUCER juga bergerak dalam pembuatan podcast dengan mengundang beberapa narasumber kompeten di bidangnya. Narasumber yang diundang bisa dari kampus atau luar kampus tergantung tema yang sudah disepakati dan sesuai jadwal. Dilaksanakan seminggu sekali, program podcast mampu menarik minat *followers* untuk melihatnya atau bisa dilihat di cuplikan yang sudah diposting di Intagram @fuadiainponorogo. Tetapi, tidak semua progam yang dilakukan berjalan lancar, dikarenakan podcast FUCER mengalami vakum atau berhenti sebentar sebelum dilaksanakan kembali dan dijadwalkan ulang dengan narasumber.

“Sementara masih vakum dulu, dikarenakan kesibukan dari tim kami dan narasumbernya belum ketemu jadwal yang cocok sehingga akan disusun ulang untuk jadwalnya. Narasumber bisa dari kampus atau luar kampus, tergantung tema apa yang dibahas dan disepakati bersama. Untuk jadwalnya, podcast dilaksanakan seminggu sekali, setiap hari Jum’at.”<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 03/W/16-01/2024

<sup>14</sup> Ibid.



**Gambar 3.6. Tampilan Postingan Video Podcast**  
(Sumber: Screenshoot Akun Instagram @fuadiainponorogo)

Berbagai konten dibuat oleh admin akun Instagram @fuadiainponorogo bersama tim FUCER untuk menyebarkan informasi yang berkaitan dengan perkuliahan dengan mengupload di Instagram. Serta memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram, konten yang disuguhkan akan mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa terutama informasi kampus dan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah.

## 2. Persebaran Isi Konten Akun Instagram @fuadiainponorogo

Admin akun Instagram @fuadiainponorogo cukup aktif dalam mengupload informasi yang berkaitan dengan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Seminggu sekali pasti selalu ada postingan di Instagram @fuadiainponorogo meski yang disebarkan bukan informasi perkuliahan. Setiap konten yang diunggah menarik untuk di lihat atau di *share* ke media sosial lainnya.

“Ditentukan, kalau bisa seminggu sekali kita harus upload walau tidak ada berita penting berarti hanya lewat *story*. Tapi kalau ada pengumuman pasti dimasukkan di feed.”<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/W/24-10/2023

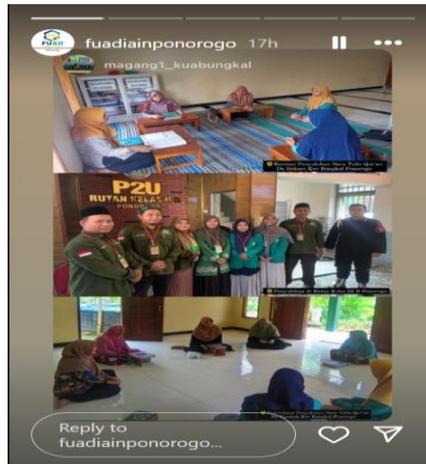
Tidak hanya di *story*, konten juga diposting di feed bahkan ditaruh di sorotan supaya dapat dilihat kapan saja dan konten bisa disimpan melalui fitur penyimpanan yang ada di Instagram. Postingan bersifat penting akan di pin oleh admin sehingga mahasiswa yang membutuhkan informasi tidak harus scrool ke bawah. Semua jurusan di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah bisa hastag akun Instagram @fuadiainponorogo. Kemudian, admin Instagram @fuadiainponorogo juga akan *share* link ke grup kelas mata kuliah yang diampu dan grup dosen sehingga penontonnya bisa banyak.

“Kalau untuk feed lebih ke informasi penting, misalkan yang terbaru adalah open rekrutmen karena memang fuad cyber center ini kita menyebutnya di sosial media atau disingkat fucer. Disitu nantinya ada beberapa hal, misalkan di pin artinya penting kayak masih berlaku terus kemudian jadwal pendaftaran ujian. Jadi apa yang kita posting yang ada di feed atau di pin itu sesuatu yang masih berlaku atau penting. Kemudian untuk story bisa misalkan ada yang hastag akun fuad kayak gitu nah kita repost jadi enggak masalah kalau lagi belajar atau dosen yang ketika pembelajaran mereka membuat video, misalkan ada dosen di sela-sela belajar ada ice breaking biar mahasiswa tidak pusing atau tidak lelah biasanya. Nah, mereka biasanya hastag akun social media atau mungkin jurusan lain kayak IAT, BPI, KPI, SPI bikin acara hastag IG fuad kita repost.”<sup>16</sup>



---

<sup>16</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/W/24-10/2023



**Gambar 3.7. Tampilan *Instastory* Instagram @fuadiainponorogo Ketika Merepost Hastag Kegiatan Jurusan**  
(Sumber: Screenshoot Akun Intagram @fuadiainponorogo)

Tidak semua postingan yang diposting di akun Instagram @fuadiainponorogo mendapatkan *feedback* yang maksimal dari *followers*, misal tidak setiap postingan diberikan komentar, jumlah *like* yang banyak atau sedikit. Postingan yang memiliki jumlah *like* banyak biasanya dengan *talent* atau model dari mahasiswa karena dianggap menarik dan menyalurkan aspirasi mahasiswa lain. *Followers* akan menilai seberapa penting konten yang diposting dan bisa juga dicek melalui media lain mengenai kevalidan informasi, karena postingan mengenai informasi lebih banyak dibutuhkan dan di *share* ke media lain. Postingan juga akan ditambahi dengan sedikit narasi untuk mempertegas konten yang diposting sehingga tidak hanya berupa gambar atau video saja.



**Gambar 3.8. Tampilan Salah Satu Postingan Video Reels dengan Like Banyak**  
(Sumber: Screenshoot Akun Instagram @fuadiainponorogo)

Rata-rata postingan di akun @fuadiainponorogo memiliki *like* di atas angka 20an bahkan ada yang mencapai angka ribuan tergantung tema konten. Konten berupa foto dan video mendapatkan *feedback* yang tidak sama meski tujuannya untuk memberikan informasi. Konten video lebih banyak mendapatkan *like* karena admin mengikuti trend. Tidak hanya mengikuti trend, konten video juga ada yang hasil dari *live*, podcast yang bisa ditonton ketika ketinggalan acara tersebut. Tetapi, konten berbentuk video reels yang mengangkat trend lebih disukai dan paling ditunggu, terbukti dengan jumlah *like*, komentar dan jumlah penonton yang mencapai angka ribuan. Untuk konten berbentuk video yang memiliki jumlah *like* sedikit biasanya berisi ucapan atau ceramah dan hanya sepintas dilihat oleh mahasiswa meski jumlah penontonnya mencapai angka diatas 20. Meskipun begitu, setiap konten yang diposting di feed tetap akan diposting juga di *instastory*.



**Gambar 3.8. Tampilan Salah Satu Postingan Video Reels dengan Like Sedikit**  
(Sumber: Screenshoot Akun Instagram @fuadiainponorogo)

### 3. Logo Akun Instagram @fuadiainponorogo

Logo Instagram @fuadiainponorogo memiliki makna di setiap bentuknya. Bentuk Hexagon dan Kabel melambangkan sifat dari Fuad Cyber Center sebagai lembaga yang terkoneksi dan terpusat, huruf C merupakan awal dari Cyber dan Center, di bawah logo terdapat tagline FUAD CYBER CENTER yang merupakan nama tim media center Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Kemudian, *color palette* yang digunakan masing-masing juga memiliki makna yakni kode #00349B melambangkan kemampuan menyelami kedalaman media digital, kode #0E8DD4 melambangkan keluasan jaringan yang mampu dijangkau oleh FUCER, kode #EBC21A melambangkan kebesaran dan semangat yang selalu menyala serta penuh harapan menyongsong masa depan. *Typography* yang digunakan *Square 721* BT biasa dan bold.



**Gambar 3.9. Logo Akun Instagram @fuadiainponorogo**  
(WhatsApp Dari Roqy Irfan Lahut)

### **C. Paparan Data Khusus Motif dan Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi**

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 berjumlah 252 mahasiswa dengan persebaran di tiga jurusan yakni Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Bimbingan Penyuluhan Islam.

<b>Jurusan</b>	<b>Kelas</b>	<b>Jumlah</b>
IAT	A	29
	B	21
KPI	A	31
	B	30
	C	28
	D	28
	E	25
BPI	A	36
	B	24
<b>Total</b>		<b>252</b>

**Tabel 3.1. Jumlah Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Angkatan 2020<sup>17</sup>**

<sup>17</sup> Data dari Akademik Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dari jumlah keseluruhan mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, peneliti memilih teknik *stratified sampling* untuk menentukan narasumber. Sebanyak 14 perwakilan mahasiswa terdiri dari 10 perempuan dan 4 laki-laki di masing-masing jurusan yakni Ilmu Al-Quran dan Tafsir setiap kelas perwakilan 1 orang, Komunikasi dan Penyiaran Islam setiap kelas perwakilan 2 orang, serta Bimbingan Penyuluhan Islam setiap kelas perwakilan 1 orang.

1. Paparan Data Khusus Motif Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Angkatan 2020 Menggunakan Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi

Motif suatu pengertian meliputi dorongan, keinginan, rangsangan terhadap keinginan, alasan, dalam diri manusia yang mendorong untuk melakukan sesuatu. Jadi, motif adalah energi fundamental dalam diri untuk menentukan perilaku dan tujuan manusia.<sup>18</sup>

Di teori *uses and gratification* 2.0, terdapat empat model MAIN yang mengidentifikasi penggunaan media, yakni modalitas, agensi, interaktivitas, dan navigasi yang akan dikaitkan dengan hasil jawaban dari para narasumber. Dengan menggunakan salah satu model MAIN tersebut atau semua model maka pemenuhan kebutuhan informasi pengguna media bisa terpenuhi.

---

<sup>18</sup> Andrianto Widodo Ricky, "Motif Membaca Rubrik for Her Surat Kabar Jawa Pos Pada Perempuan," *Commonline Departemen Komunikasi* 3, 3 (2009): 619–29.

Instagram menjadi salah satu media sosial yang digemari karena simpel dan menarik. Hampir di semua kalangan perguruan tinggi sudah menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu media informasi perkuliahan bagi mahasiswa baik *official* kampus maupun setiap fakultasnya. Hal tersebut juga berlaku di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo yang telah menggunakan Instagram sebagai media informasi sejak tahun 2021.

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dengan melakukan wawancara, semua narasumber memilih dan menerapkan model MAIN yang berkaitan dengan media sosial Instagram sebagai media informasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, DA:

“Motif informasi, karena IG FUAD memberikan informasi.”<sup>19</sup>

Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, GPM, ZFR dan ZA yang memberikan jawaban secara singkat berdasarkan melihat atau mencari informasi di akun Instagram @fuadiainponorogo :

“Motif informasi.”<sup>20</sup>

Dari keseluruhan narasumber, tidak semuanya mengungkapkan banyak alasan dikarenakan tidak sering pula mereka mengakses akun Instagram @fuadiainponorogo. Sedikit atau banyaknya alasan yang

---

<sup>19</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/W/07-02/2024

<sup>20</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 10/W/19-02/2024

diungkapkan oleh narasumber kemungkinan berdasarkan apa yang mereka cari dan akses di akun Instagram @fuadiainponorogo.

Hal inilah yang membuat narasumber memberikan berbagai alasan terkait akun Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi. Sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, LWO :

“Lebih ke informasi yang saya dapat, karena mahasiswa FUAD pasti membutuhkan informasi tersebut. Jadi, akun FUAD memberikan informasi intelek ke saya, lebih paham informasi yang diunggah.”<sup>21</sup>

Sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, NAZ, bahwa melihat Instagram untuk mencari informasi :

“Informasi, seperti kapan libur, info masuk, lebih ke jadwal akademik. Lebih sering lihat di Instagram karena paling sering buat nyari informasi.”<sup>22</sup>

Sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, SJ :

“Motif yang saya gunakan yaitu informasi, dikarenakan membutuhkan informasi perihal kampus dan fakultas.”<sup>23</sup>

Sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, AMM, bahwa melihat Instagram untuk mencari informasi berita peristiwa sekitar :

---

<sup>21</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 05/W/07-02/2024

<sup>22</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 06/W/07-02/2024

<sup>23</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 07/W/08-02/2024

“Yang jelas sudah masuk ke pertanyaan dari nomor 6 dan juga sudah terjawabkan bahwa sebagai motif penggunaan media ini tertujukan pada motif informasi yang berkaitan dengan mencari berita peristiwa atau pun kondisi dari sekitar lingkup tersebut.”<sup>24</sup>

Sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, HK :

“Menurut saya motif yang digunakan pada akun Instagram ini adalah motif informasi, terbukti dengan postingan yang di post pada akun ini semua menunjukkan berita atau informasi yang penting.”<sup>25</sup>

Sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, AFSA, yang memilih akun Instagram @fuadiainponorogo sebagai media melihat informasi :

“Informasi, soalnya Instagram platform paling mudah saya mendapatkan informasinya. Kalau website kadang agak ribet karena lihat menu-menunya.”<sup>26</sup>

Sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, AYH, bahwa akun Instagram @fuadiainponorogo harus informatif dan edukatif dalam menyebarkan informasi perkuliahan :

“Motif informasi, kalau saya menilai dari akun Instagram FUAD itu harus informatif dan edukatif serta sosialisasinya merata.”<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 08/W/12-02/2024

<sup>25</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 09/W/12-02/2024

<sup>26</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 15/W/20-02/2024

<sup>27</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 16/W/20-02/2024

Admin akun Instagram @fuadiainponorogo tidak selalu memposting konten tentang informasi perkuliahan, tetapi juga konten hiburan seperti video reels yang mengikuti trend. Konten berbentuk hiburan akan mendapatkan *feedback* lebih dari *followers*. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, NAA, bahwa akun Instagram @fuadiainponorogo juga berkaitan dengan konten hiburan :

“Yang informasi, terkait informasi di kampus juga sebagai hiburan. Kalau hiburan mungkin konten-konten yang menarik dari FUAD karena kadang iseng cuma scrool. Dengan scrool konten hiburan di akun FUAD karena juga mengikuti trend sekarang.”<sup>28</sup>

Admin akun Instagram @fuadiainponorogo juga berinteraksi dengan *followers* melalui fitur tanya jawab di Instagram sehingga apa yang belum diketahui bisa terjawab. Interaksi dengan *followers* terkadang perlu dilakukan oleh admin Instagram @fuadiainponorogo. Interaksi tidak hanya dilakukan melalui *instastory*, tetapi bisa dilakukan melalui *direct messenger* (DM) atau komentar di postingan. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, AF, bahwa selain untuk informasi, akun Instagram @fuadiainponorogo juga sebagai media interaksi sosial :

“Ketika memfollow Instagram FUAD yang terbesit sebagai media informasi dan interaksi sosial. Interaksi sosialnya karena ketika memfollow kita langsung bisa dapat bertanya jawab terkait kegiatan kampus atau jadwal akademik di FUAD.”<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 14/W/20-02/2024

<sup>29</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 12/W/19-02/2024

Kemudian, *followers* akun Instagram @fuadiainponorogo mulai dari mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah di berbagai angkatannya, tetapi ada juga *followers* dari luar Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, ADM :

“Menurut saya masih motif identitas pribadi karena tidak banyak orang mengikuti Instagram FUAD, mungkin kebanyakan cuman mahasiswa FUAD saja.”<sup>30</sup>

2. Paparan Data Khusus Pemenuhan Kebutuhan Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Angkatan 2020 Menggunakan Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi

Keberadaan media seakan tidak terbatas oleh ruang dan waktu sehingga mampu mendekatkan yang jauh semakin dekat. Media sosial menjadi alternatif bagi setiap orang untuk mengakses informasi. Ragam media sosial seperti Twitter, YouTube, WhatsApp, dan lainnya yang digunakan kalangan anak muda ternyata media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan dan diakses untuk mendapatkan informasi. Salah satunya akun Instagram @fuadiainponorogo menjadi media perkuliahan mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.

---

<sup>30</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 13/W/19-02/2024

Pengguna Instagram pasti memiliki tujuan tertentu terhadap setiap postingan yang dijumpai atau dicari. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 sebagai *followers* akun Instagram @fuadiainponorogo lebih mencari dan membutuhkan postingan seperti jadwal akademik karena dianggap pas dengan kebutuhan mahasiswa. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, DA, bahwa memudahkan untuk mahasiswa terutama mahasiswa akhir :

“Sudah, karena di Instagram FUAD sudah banyak informasi jadi sebagai mahasiswa akhir tidak perlu tanya ke kampus dan lebih memudahkan kita.”<sup>31</sup>

Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, AYH :

“Sangat memenuhi untuk semester akhir, untuk mengetahui kalender akademik yang tentunya akan merubah pandangan teman-teman untuk segera menyelesaikan skripsi.”<sup>32</sup>

Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, LWO, bahwa untuk melihat informasi tidak perlu datang ke kampus :

“Sudah mampu memenuhi, karena menurut saya cara penguploadannya juga efisien dan sangat membantu mahasiswa FUAD, untuk mengetahui informasi yang ada di FUAD tanpa harus ke kampus.”<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/W/07-02/2024

<sup>32</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 16/W/20-02/2024

<sup>33</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 05/W/07-02/2024

Akun Instagram @fuadiainponorogo cukup informatif dalam menyebarkan informasi perkuliahan. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, NAZ :

“Sampai saat ini lumayan informatif. Mungkin kadang waktunya mepet jadi masih suka nanya ke teman atau dosen, seperti info tanggal.”<sup>34</sup>

Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, SJ :

“50%, terkadang postingan yang diunggah itu kurang memenuhi kebutuhan saya sebagai mahasiswa. Terkadang masih kurang spesifik atau adanya perbedaan dengan informasi langsung (diluar instagram).”<sup>35</sup>

Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020, ZA :

“Sedikit banyaknya iya, karena kadang saya juga bingung dan pada akhirnya tanya kepada teman. Tapi sudah banyak sekali memberikan informasi menurut saya cukup, atau bahkan bisa dikembangkan lagi.”<sup>36</sup>

Terdapat narasumber yang memandang akun Instagram @fuadiainponorogo sebagai informasi hiburan dari segi estetika feed. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah angkatan 2020, AMM :

“Media sosial Instagram itu hanya sebagai informasi hiburan saja menurut saya pribadi. Mengapa? hal ini dapat dilihat dari estetika keselarasan feed serta postingan-postingan konten

---

<sup>34</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 06/W/07-02/2024

<sup>35</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 07/W/08-02/2024

<sup>36</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 17/W/22-02/2024

menarik yang dapat menambah *viewers*. Begitu pun dari media sosial Instagram @fuadiainponorogo mampu memenuhi kebutuhan informasi sekedar hiburan atau pelengkap dari website yang telah tersedia.”<sup>37</sup>

Akun Instagram @fuadiainponorogo juga merupakan salah satu langkah untuk membangun jalinan interaksi dengan *audiens*. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah angkatan 2020, HK :

“Menurut saya Instagram @fuadiainponorogo cukup bagus dan banyak membantu. Saya kira awal yang bagus untuk membangun *engagement* sebagai salah satu strategi yang berfokus pada bagaimana cara meningkatkan partisipasi sekaligus membangun hubungan yang baik dengan pengguna, serta audiens.”<sup>38</sup>

Terdapat jawaban singkat dari narasumber berdasarkan apa yang dicari di akun Instagram @fuadiainponorogo. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah angkatan 2020, GPM :

“Iya, sudah mampu memenuhi.”<sup>39</sup>

Hal ini serupa dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah angkatan 2020, ZFR :

“Sudah memenuhi karena update terus di postingannya.”<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 08/W/12-02/2024

<sup>38</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 09/W/12-02/2024

<sup>39</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 10/W/19-02/2024

<sup>40</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 11/W/19-02/2024

Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah angkatan 2020, ADM :

“Sangat mampu untuk mengetahui informasi di Instagram FUAD tersebut, apalagi saya angkatan 2020 yang dulu ada pandemi covid dan serba *online* saya selalu update lihat akun Instagram FUAD untuk mengetahui informasi lebih jelas.”<sup>41</sup>

Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah angkatan 2020, NAA, bahwa akun Instagram @fuadiainponorogo mampu *backup* website IAIN Ponorogo :

“Kalau menurut saya, sudah mampu *backup* berita atau informasi yang ada di website IAIN Ponorogo. Jadi, selalu update ada informasi apa yang dibuat dengan konten sudah bagus.”<sup>42</sup>

Perihal *memposting* memang dibutuhkan konsistensi dari admin akun Instagram @fuadiainponorogo supaya mahasiswa terus update informasi perkuliahan. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah angkatan 2020, AF:

“Menurut saya, dikatakan cukup karena terkadang konsistensi itu yang menjadi pertanyaan dari sebuah media. Jadi, masih kurang perlu di update lagi.”<sup>43</sup>

Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu mahasiswi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah angkatan 2020, AFSA, bahwa akun Instagram @fuadiainponorogo juga seharusnya *memposting* konten

---

<sup>41</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 13/W/19-02/2024

<sup>42</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 14/W/20-02/2024

<sup>43</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 12/W/19-02/2024

seperti tips dan trik :

“Kalau untuk sejauh ini menurut saya kurang. Tetapi secara umum sudah cukup. Karena informasi yang harusnya saya butuhkan tidak ada disitu seperti bagaimana cara membuat artikel, lebih ke tips dan trik ya.”<sup>44</sup>

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 pun lebih memilih mencari informasi lewat akun Instagram @fuadiainponorogo karena fleksibel, nyaman dan efisien terkait waktu sehingga tidak perlu datang ke kampus apabila tidak ada kepentingan mendesak. Instagram juga memiliki fitur yang beragam sehingga itulah salah satu alasan dari narasumber memilih akun Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi, meskipun ada pula yang memilih media sosial lainnya misal Twitter. Media sosial Instagram termasuk media sosial yang praktis, simpel dan menarik sehingga banyak yang aktif menggunakannya, mampu menjaga privasi pula. Hanya menggulir postingan di feed atau beranda, informasi apapun termasuk perkuliahan mahasiswa dapatkan. Postingan di akun Instagram @fuadiainponorogo pun yang memuat informasi lebih dibutuhkan daripada postingan seperti hiburan yang dikemas dalam video reels meskipun jumlah *like* nya banyak.

Instagram menyediakan berbagai informasi dengan sumber yang berbeda-beda dengan kemasan konten visual yang beraneka ragam. *Followers* dapat mencari dengan mudah di kolom pencarian akun mana

---

<sup>44</sup> Lihat Transkrip Wawancara Nomor 15/W/20-02/2024

yang akan dijadikan sumber informasi. Dengan jumlah *followers* yang dimiliki, setiap akun Instagram pasti akan menambah eksistensi sehingga memenuhi kebutuhan pengguna terhadap media. Konten yang diposting di Instagram pun cukup informatif sehingga pemenuhan akan kebutuhan informasi mahasiswa untuk saat ini bisa terpenuhi. Pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo dalam memenuhi pemenuhan kebutuhan mahasiswa sebagai media informasi pun bisa dikaitkan dengan teori *uses and gratification 2.0*.



## BAB IV

### ANALISIS DATA PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

#### @FUADIAINPONOROGO SEBAGAI MEDIA INFORMASI MAHASISWA

Akun Instagram @fuadiainponorogo merupakan akun *official* milik Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang dibentuk pada tahun 2021. Instagram @fuadiainponorogo sebagai tempat informasi akademik maupun non akademik untuk mahasiswa, dosen, dan masyarakat. Instagram @fuadiainponorogo dikelola oleh beberapa dosen yang sudah diberikan amanah serta mahasiswa di berbagai angkatan yang disebut Fuad Cyber Center atau FUCER. Perekrutan tim FUCER dilakukan selama seminggu dengan berbagai posisi sesuai minat dan bakat mahasiswa.

Konten yang diposting oleh Instagram @fuadiainponorogo seputar informasi perkuliahan dalam bentuk foto dan video reels. Postingan berbentuk video reels dengan mengikuti trend mendapatkan *feedback* lebih dari *followers* karena menarik dan sebagai hiburan. Untuk memperindah tampilan postingan, tata letak dengan berbagai inovasi dari tim FUCER diposting di Instagram untuk menambah eksistensi Instagram @fuadiainponorogo dan perbedaan dengan akun Instagram fakultas lainnya. Dengan kemudahan pengoperasian Instagram yang dilengkapi berbagai fitur, admin Instagram @fuadiainponorogo cukup aktif memposting sehingga apa yang dibutuhkan mahasiswa akan informasi perkuliahan bisa terpenuhi.

## **A. Analisis Motif Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi**

Di era globalisasi saat ini, banyak orang yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mencari informasi. Kehadiran media sosial memberikan dampak yang kuat terhadap pola komunikasi dan interaksi serta perubahan dalam masyarakat. Keberadaan media sosial memungkinkan setiap orang dapat terhubung tanpa mengenal batasan ruang dan waktu.<sup>1</sup>

Media sosial Instagram menjadi media sosial yang paling digandrungi masyarakat terutama kalangan anak muda. Melalui Instagram, informasi apapun bisa dicari dan dilihat dengan mengetik akun di kolom pencarian. Hal itu juga terjadi di mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 yang sebagian besar lebih memilih Instagram sebagai media informasi. Adanya media tersebut memudahkan mahasiswa mencari informasi perkuliahan.

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 ketika memasuki perkuliahan dalam keadaan pandemi covid-19 sehingga informasi diakses melalui media sosial terutama Instagram. Mulai dari pengenalan budaya akademik dan kemahasiswaan (PBAK), kuliah selama empat semester yang semuanya dilakukan full daring dari rumah dengan media perkuliahan YouTube, E-Learning, Google *Meet*, Zoom, Google *Classroom*, dan media lain yang menunjang perkuliahan. Untuk informasi pun mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 mendapatkannya dari website resmi kampus dan

---

<sup>1</sup> Agung Harahap Machyudin and Adeni Susri, "Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia," *Jurnal Professional FIS UNIVED* 7, no. 2 (2020): 13–23.

fakultas. Seiring perkembangan informasi, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah pun membuat akun Instagram @fuadiainponorogo yang kemudian disusul pembentukan tim media Fuad Cyber Center (FUCER) di tahun 2022.

Menurut teori yang digunakan peneliti yakni *Uses and Gratification 2.0*, terdapat 4 model MAIN dalam penggunaan media, yakni :

1. Modalitas (*modality*), seperti saya tahu konten tersebut nyata dan tidak dibuat-buat, berkomunikasi secara tatap muka, teknologinya inovatif, menciptakan pengalaman hadir di lingkungan yang jauh.
2. Agensi (*agency*), seperti memungkinkan saya menyampaikan pemikiran saya kepada banyak orang, hal ini memungkinkan saya membangun modal sosial, saya merasa nyaman mengetahui pemikiran dan pendapat orang lain.
3. Interaktivitas (*interactivity*), seperti saya merasa aktif saat menggunakannya, hal ini memungkinkan saya untuk bertanggung jawab, saya dapat mengontrol interaksi saya dengan antarmuka, saya dapat mempengaruhi tampilannya.
4. Navigasi (*navigability*), seperti hal ini memungkinkan saya memperoleh berbagai macam informasi, menyenangkan untuk dijelajahi, saya menikmati melarikan diri ke dunia yang berbeda.

Berdasarkan hasil analisis peneliti, bahwa motif penggunaan media mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 yakni semua model MAIN tersebut. Dari 252 mahasiswa, peneliti memilih *stratified sampling* untuk mengklasifikasikannya sehingga mendapatkan 14 narasumber dengan 13 narasumber memilih motif informasi dan 1 narasumber memilih motif identitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan

Dakwah angkatan 2020 lebih membutuhkan informasi perkuliahan.

Ditemukan data bahwa mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 mengakses akun Instagram @fuadiainponorogo untuk melihat informasi perkuliahan yang relevan bagi mahasiswa. Admin akun Instagram @fuadiainponorogo juga cukup aktif menyebarkan informasi melalui feed dan *instastory* sehingga keraguan akan informasi yang didapatkan bisa terjawab. Digunakannya akun Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi menunjukkan bahwa mahasiswa menerapkan model MAIN dalam memanfaatkan dan menggunakan akun Instagram @fuadiainponorogo.

Postingan di akun Instagram @fuadiainponorogo semakin bertambah sehingga memungkinkan mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 mendapatkan informasi valid karena di akun Instagram @fuadiainponorogo juga terdapat link rujukan. Adanya link rujukan, mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 tidak ketinggalan informasi apabila postingan di Instagram kurang lengkap. Informasi perkuliahan yang penting akan di pin di atas untuk memudahkan mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah dalam mencari informasi perkuliahan akademik atau non akademik.

Adanya akun Instagram @fuadiainponorogo akan menambah literasi, kreativitas, inovasi mahasiswa dalam membuat dan memposting konten sehingga fungsi Instagram sebagai media informasi bisa terpenuhi. Informasi yang diposting cenderung mengenai perkuliahan seperti jadwal akademik, jurnal fakultas, atau konten video reels yang didalamnya terdapat informasi, bahkan bisa tips trik.

Berdasarkan pengamatan peneliti melalui wawancara, mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 lebih memilih informasi seperti jadwal akademik karena penting dalam proses penyelesaian studi. Mengenai model MAIN dalam penggunaan Instagram mahasiswa lebih cenderung memilih dan menggunakan motif informasi meski ada lainnya yang menunjang. Dengan begitu, akan tercipta kenyamanan ketika menggunakan media sosial Instagram @fuadiainporogo sehingga memudahkan mendapatkan informasi perkuliahan secara cepat dan mudah.

#### **B. Analisis Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram @fuadiainporogo**

Manusia menggunakan media baik media sosial atau media massa pasti untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Begitupun mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 yang bertindak sebagai *followers* akun Instagram @fuadiainporogo dengan menggunakan media sosial Instagram untuk memenuhi kebutuhan informasi perkuliahan. Dalam hal ini, khalayak atau *followers* akan dianggap secara aktif saat menggunakan media baru untuk mendapatkan pemenuhan kebutuhan yang diinginkan khususnya di media sosial Instagram @fuadiainporogo.

Terbentuknya akun Instagram @fuadiainporogo dengan memanfaatkan media sosial Instagram mampu menjawab keresahan mahasiswa akan informasi dan menyebarkan informasi perkuliahan di lingkungan kampus serta bagi masyarakat. Instagram juga termasuk media sosial yang memiliki banyak fitur

menarik yang bisa dimanfaatkan siapa saja sehingga postingan bisa dilihat kapan saja apabila tidak dihapus. Kemudahan yang ditawarkan media sosial Instagram mampu menarik atensi atau perhatian mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 dalam mencari informasi. Informasi perkuliahan yang disajikan, dikemas dalam tata letak postingan dan admin akun Instagram @fuadiainponorogo juga kerap kali berinteraksi dengan *followers* di *instastory* atau di kolom komentar.

Berdasarkan teori *Uses and Gratification* 2.0 yang digunakan peneliti bahwa kebutuhan masyarakat akan terpenuhi apabila motif juga terpenuhi. Kebutuhan dan kepuasan adalah dua hal yang berkesinambungan, karena apabila kebutuhan terpenuhi maka akan menimbulkan kepuasan terhadap penggunaan media. Instagram termasuk dalam media baru, yang dalam teori *Uses and Gratification* 2.0 bahwa kepuasan tidak semata-mata ditentukan oleh keadaan psikologis. Tetapi, kepuasan akan media baru cerminan dari kebutuhan yang ada menunjukkan bahwa kepuasan media baru merupakan kebutuhan primer. Pengguna media sosial termasuk pengguna Instagram akan melakukan pencarian di kolom pencarian sehingga timbul kepuasan akan informasi yang dicari.

Dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber di perwakilan setiap kelas per jurusan, disimpulkan bahwa informasi yang diposting di akun Instagram @fuadiainponorogo sudah mampu dan cukup memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 dalam informasi perkuliahan. Meskipun, dalam temuan peneliti masih ada beberapa narasumber yang berpendapat kurang terpenuhi dengan informasi di akun

Instagram @fuadiainponorogo dikarenakan kurang spesifik dan konsistensi dalam memposting postingan sehingga masih perlu dilakukan update. Informasi yang dikemas dalam foto dan video mampu menarik mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah untuk melihatnya apabila postingannya lewat di beranda akun Instagram masing-masing mahasiswa.

Berdasarkan teori *Uses and Gratification 2.0* yang digunakan peneliti serta tambahan hasil penelitian yang sudah dilakukan, ditemukan bahwa penyebaran informasi khususnya informasi perkuliahan sudah mampu memenuhi motif dan pemenuhan kebutuhan mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020. Temuan data peneliti terdapat motif informasi, hiburan, interaksi sosial, dan identitas pribadi. Antara motif penggunaan media dengan pemenuhan kebutuhan, keduanya saling berkesinambungan sehingga pencarian informasi terpenuhi dan kebutuhan akan media juga terpenuhi yang akan menimbulkan kepuasan terhadap penggunaan media baru tanpa mengesampingkan media lainnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis penelitian Pemanfaatan Media Sosial Instagram @fuadiainponorogo Sebagai Media Informasi yang dipaparkan, menyimpulkan bahwa :

1. Motif pemanfaatan media sosial Instagram @fuadiainponorogo sebagai media informasi ada empat dalam model MAIN. Informasi muncul karena digunakannya Instagram @fuadiainponorogo sebagai penyebaran informasi perkuliahan yang dibutuhkan mahasiswa seperti jadwal akademik. Hiburan dilihat dari postingan video reels yang mengikuti trend sehingga menghibur mahasiswa. Interaksi sosial timbul karena adanya interaksi antara admin akun Instagram @fuadiainponorogo dan *followers* melalui fitur Instagram di *instastory*, kolom komentar, maupun *direct messenger* (DM). Identitas pribadi timbul karena *followers* akun Instagram @fuadiainponorogo rata-rata mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah di berbagai angkatan meski ada juga *followers* dari luar mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
2. Pemenuhan kebutuhan terhadap informasi yang diposting di akun Instagram @fuadiainponorogo sudah cukup memenuhi kebutuhan

informasi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 yang memilih Instagram sebagai media informasi. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah angkatan 2020 lebih membutuhkan postingan berisi informasi perkuliahan seperti jadwal akademik. Keaktifan dalam memposting konten foto dan video juga sudah memenuhi kebutuhan informasi karena mengikuti perkembangan.

## **B. SARAN**

Setelah peneliti menyelesaikan skripsi ini, peneliti mengemukakan beberapa saran membangun dan bisa dijadikan sebagai pertimbangan ke depan untuk kemajuan. Adapun saran yang disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi admin akun Instagram @fuadiainponorogo agar lebih konsisten lagi dalam memposting konten karena terkadang terjadi ketimpangan informasi sehingga mahasiswa mencari informasi lagi dari media lain. Tata letak postingan, template postingan *instastory*, konten podcast, maupun konten video reels singkat supaya bisa diperbaiki lagi kualitasnya sehingga akan timbul ketertarikan dan *feedback* yang lebih baik dari *followers*.
2. Untuk penelitian selanjutnya bisa dijadikan referensi dengan menggunakan teori *Uses and Gratification 2.0* yang berkaitan dengan motif penggunaan media dan pemenuhan kebutuhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, Nur. "Remaja Millenial Dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millenial." *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia* 2, 2 (2018).
- Andriani, Aldina Eka, and Sri Sulistyorini. "Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19." *Equilibrium: Jurnal Pendidikan* 10, 1 (2022): 63–70.
- Anggreini, N M. "Pemanfaatan Media Sosial Twitter Di Kalangan Pelajar SMK Negeri 5 Samarinda." *EJournal Sosiatri-Sosiologi* 4, no. 2 (2016): 239–51.
- Anufia, Thalha Alhamid dan Budur. "Resume: Instrumen Pengumpulan Data," n.d., 1–20.
- Aryani, Indita Dewi, and Dita Murtiariyati. "Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2, 2 (2022): 466–77.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia," 2020, 140–57.
- Darliansyah. "Penggunaan Instagram @Kominfoin huriau Sebagai Media Informasi Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Indragiri Hulu." 2024.
- Desmora Mahpudin, Tarisha, Siti Nursanti, Maulana Rifai, Universitas Singaperbangsa dan Karawang. "Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Corporate Branding." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Mei* 2023, 9 (2023): 292–301.
- Dhanan Abimanto, Iwan Mahendro. "Penggunaan Aplikasi Telegram Untuk Kegiatan Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mata Kuliah Bahasa Inggris Materi Speaking Pada Mahasiswa Universitas Maritim Amni Semarang." *Prosiding Kematriman* 2021 1, 1 (2021): 245–56.
- Efrida, Sella, and Anisa Diniati. "Pemanfaatan Fitur Media Sosial Instagram Dalam Membangun Personal Branding Miss International 2017." *Jurnal Kajian Komunikasi* 8, 1 (2020): 57.
- Fahmi, Muhammad Nurul. "Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam." *An-Nawa : Jurnal Studi Islam* 1, 1 (2019): 1–27.
- Fitrianur, Irfan. "Analisis Efek Penggunaan Media Sosial Line Messenger Pada Remaja Di SMKN 1 Samarinda." *EJournal Ilmu Komunikasi* 4, 4 (2016): 240–53.
- Hakim, Lukman Nul. "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit." *Aspirasi* 4, no. 2, (2013): 165–72.
- Kurnia, Neng Dewi, Riche Cynthia Johan, and Gema Rullyana. "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas." *Edulib* 8, 1 (2018): 1.

- Lidara, Anisa. "Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @Infopku\_ Sebagai Media Informasi Online Kota Pekanbaru." Riau: UIN Suska Riau (Skripsi), 5317 (2022): 1–84.
- Machyudin, Agung Harahap, dan Adeni Susri. "Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia." *Jurnal Professional FIS UNIVED* 7, 2 (2020): 13–23.
- Makbul, M. "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian," 2021, 6.
- Malimbe, Armylia, Fonny Waani, and Evie A.A. Suwu. "Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado." *Jurnal Ilmiah Society* 1, 1 (2021): 1–10.
- Mekarisce, Arnild Augina. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, 3 (2020): 145–51.
- Muchamad Nabil, Sugandi, Ghufron. "Penggunaan Fitur Instagram Stories Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online (Studi Pada Akun Instagram @Griizelle.Id)." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 3, 1 (2021): 26–32.
- Nilamsari, Natalina. "Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif." *Wacana* 8, 2 (2014): 177–1828.
- Ningsih, Leila Setia, Fitriyani, Zulfikar Husein Hasibuan, and M.Sos Kartini. "Pemanfaatan Media Whatsapp Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Pustakawan." *Jurnal Perpustakaan Dan Informasi* 2275 (2022): 1–12.
- Nuryani, Evi. "Hubungan Intensitas Mengakses Facebook Dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri Tenggara Seberang." *E Journal Ilmu Komunikasi* 2, 3 (2014): 178–92.
- Prihatiningsih, Witanti. "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja." *Communication* 8, 1 (2017): 51.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi." *Ekonomika* 12, 2 (2017): 212–31.
- Ricky, Andrianto Widodo. "Motif Membaca Rubrik for Her Surat Kabar Jawa Pos Pada Perempuan." *Commonline Departemen Komunikasi* 3, 3 (2009): 619.
- Rini, Damayanti. "Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram." *Jurnal Widyaloka Ikip Widya Darma* 5, 3 (2018): 261–78.
- Tryawinda Kiranjaya. "Peran Akun Instagram @Taulebih.Id Sebagai Media Informasi Pengetahuan Seksual Bagi Followers." Purwokerto: UIN Purwokerto (Skripsi), (2023), 209.
- Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)." *Jurnal The Messenger* 3, 2 (2016): 69.
- Zamzami, Muhammad Abid Rifqy. *Penggunaan Akun Instagram @beritamagetan Sebagai Media Informasi (Perspektif Uses and Gratification)*, Ponorogo: IAIN Ponorogo (Skripsi), (2022).
- Zellatifanny, Cut Medika, Bambang Mudjiyanto. "Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi." *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi* 1, 2 (2018): 83–90.