



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@BOLANUSANTARA DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI SEPAK BOLA PADA KOMUNITAS
KARANG TARUNA DESA PONDOK JAGUNG
(TANGERANG SELATAN)**

ALEXANDER WILLIAM

20190400013

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2023



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@BOLANUSANTARA DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI SEPAK BOLA PADA KOMUNITAS KARANG
TARUNA DESA PONDOK JAGUNG (TANGERANG SELATAN)**

Disajikan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

ALEXANDER WILLIAM

20190400013

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

2023



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @bolanusantara
Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sepak Bola
Pada Komunitas Karang Taruna Desa Pondok Jagung
Tangerang Selatan

Nama : Alexander William
NIM : 20190400013
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu komunikasi

Tugas Akhir ini disetujui pada tanggal 21 Agustus 2023

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.IKom
NIDN: 0401018307

Dosen Pembimbing

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.Ikom
NIDN: 0310048205



**SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS
AKHIR**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.IKom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Mencerangkan bahwa :

Nama : Alexander William

NIM : 20190400013

Fakultas : Sosial Humaniora

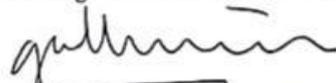
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @bolanusantara
Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sepak Bola Pada
Komunitas Karang Taruna Desa Pondok Jagung
Tangerang Selatan

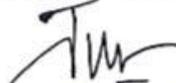
Dinyatakan layak untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang 21, Agustus 2023.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Galuh Kusuma Hapsari, S.Si, M.IKom
NIDN: 0401018307

Dosen Pembimbing


Tia Nurapriyanti, S.Sos.I, M.Ikom
NIDN: 0310048205



LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Alexander William
NIM : 20190400013
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @bolanusantara Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sepak Bola Pada Komunitas Karang Taruna Desa Pondok Jagung Tangerang Selatan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Tim Penguji

1. Ketua Penguji : **FX. Rahyono S.S, M.Hum**
NIDN: 8918350022
2. Penguji 1 : **Galuh Kusuma Hapsari, S.SI, M.IKom**
NIDN: 0401018307
3. Penguji 2 : **Suryadi Wardhana, M.I.Kom**
NIDN: 0411118205

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora

Universitas Buddhi Dharma

Dr. Lille Suratminto, M.A
NIDN: 88953400170RA



PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Alexander William

NIM : 20190400013

Tanda Tangan :

Tanggal : 21 Agustus 2023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan berkatnya, penulis mampu mengerjakan skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Media Media Sosial Instagram @bolanusantara Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sepak Bola Pada Komunitas Karang Taruna Desa Pondok Jagung Tangerang Selatan”** sesuai dengan waktu yang ditentukan. Di dalam proses pembuatan Skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, mengarahkan, membimbing dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan dengan baik dan tepat.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dengan hati yang penuh dengan ucapan syukur, kepada:

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Lilie Suratminto, M.A, selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma
3. Galuh Kusuma Hapsari, S.Si.,M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.
4. Tia Nurapriyanti S,Sos.I, M.I.Kom, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan pengetahuan, bimbingan, saran dan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.
5. Kepada dua orang tua yang selalu memberikan support, doa, dukungan dan nasihat.

6. Semua dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan perkuliahan Ilmu Komunikasi.
7. Untuk teman-teman komunitas Karang Taruna Desa Pondok Jagung, Tangerang selatan yang sudah membantu dalam proses pengumpulan data seiring berjalannya pembuatan skripsi yang penulis buat.
8. Untuk teman-teman skripsi Ilmu Komunikasi terima kasih atas kerjasama dan kenangan yang telah kita lewati selama kurun waktu empat tahun ini. Akhirnya kita bisa menyelesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam melaksanakan dan mendukung penulis untuk menyusun laporan Skripsi ini. Penulis berharap semoga dengan adanya Skripsi dapat bermanfaat bagi perkembangan kemampuan serta menambah wawasan mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 21 Agustus 2023.



Alexander William

DAFTAR ISI

HALAMAN UTAMA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRACT.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Akademis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Kerangka Teoritis	9
2.2.1 Komunikasi.....	9
2.2.2 Media Baru (<i>New Media</i>)	13
2.2.3 Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	17
2.2.4 Media Sosial	19
2.2.5 Instagram	24
2.3 Teori Uses And Gratification	27
2.4 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	31

3.2	Pendekatan Penelitian	32
3.3	Metode Penelitian	32
3.4	Subjek Atau Objek Penelitian	33
3.4.1	Subjek Penelitian	33
3.4.2	Objek Penelitian.....	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.	Observasi	33
3.6	Teknik Analisis Data	34
3.7	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	35
3.7.1	Lokasi penelitian	35
3.7.2	Waktu Penelitian.....	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1	Profil Umum Komunitas Karang Taruna.....	36
4.1.2	Visi Dan Misi Karang Taruna.....	38
4.2	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1	Kebutuhan Informasi	41
4.2.2	Pendekatan Kebutuhan Informasi Yang Mendalam.....	41
4.2.3	Fitur-Fitur Instagram.....	42
4.2.4	Manfaat Instagram (<i>Everyday Need Aproach</i>).....	46
4.2.5	Kemampuan dalam mencapai kesepakatan dengan tepat dan konsisten	48
4.3	Pembahasan.....	49
4.3.1	Kebutuhan Afektif.....	50
4.3.2	Kebutuhan Pribadi Secara Integratif	50
4.3.3	Kebutuhan Sosial Secara Integratif.....	50
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1	Kesimpulan	52
5.2	Saran	53
DAFTAR PUSTAKA		54
LAMPIRAN		59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Karang Taruna..... 36

Gambar 4.2 Anggota Karang Taruna37



DAFTAR TABEL

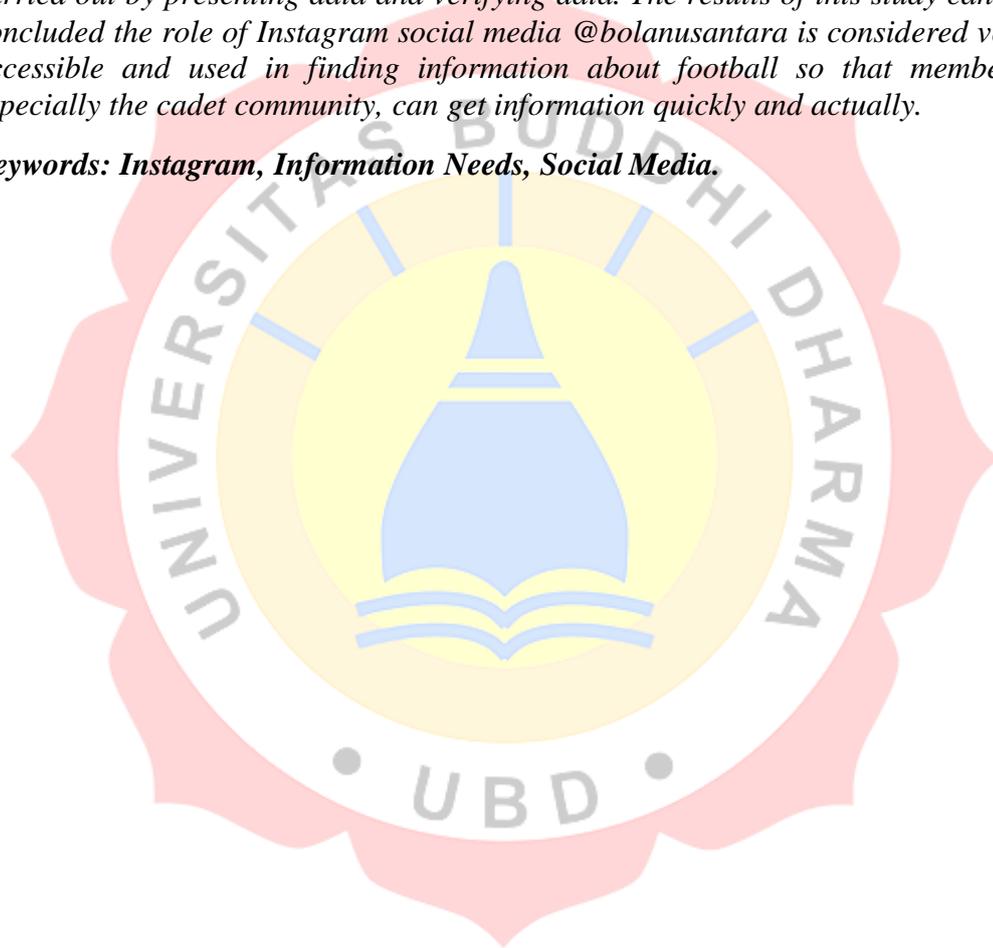
2.8 Tabel Kerangka Pemikiran	30
------------------------------------	----



ABSTRACT

This research is entitled Utilization of Instagram Social Media @bolanusantara and Meeting Football Information Needs in the Karang Taruna Community of Pondok Corn Village, South Tangerang. This study uses constructivism paradigms using a descriptive qualitative approach. The theory used is the theory of uses and gratification. The research subjects amounted to seven informants, namely members of the cadet reef. Data collection techniques are carried out through observation and interviews. Data analysis techniques are carried out by presenting data and verifying data. The results of this study can be concluded the role of Instagram social media @bolanusantara is considered very accessible and used in finding information about football so that members, especially the cadet community, can get information quickly and actually.

Keywords: *Instagram, Information Needs, Social Media.*



ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pemanfaatan Media Sosial Instagram @bolanusantara Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sepak Bola Pada Komunitas Karang Taruna Desa Pondok Jagung Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan yaitu teori uses and gratification. Subjek penelitian berjumlah tujuh informan yaitu masyarakat anggota karang taruna. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi Teknik analisis data dilakukan dengan penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan pemanfaatan media sosial instagram @bolanusantara dianggap sangat mudah diakses dan digunakan dalam mencari informasi seputar sepak bola sehingga anggota khususnya masyarakat karang taruna bisa mendapatkan informasi secara cepat dan aktual.

Kata Kunci: Instagram, Kebutuhan Informasi, Media Sosial.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan sarana untuk membangun hubungan satu sama lain seseorang dengan orang lain, ketika berkomunikasi, terjadilah hubungan sosial, antara mereka saling membutuhkan atau terjadi interaksi timbal balik. Di zaman teknologi canggih saat ini, perkembangan media untuk memberikan informasi untuk masyarakat banyak menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat secara keseluruhan. Hadirnya media informasi dan komunikasi belakangan ini memang berdampak pada sebuah kebutuhan informasi masyarakat.

Pada perkembangan dan tumbuhnya media di era canggih teknologi dan internet, peran media baru dapat mempengaruhi setiap aspek kehidupan kita. karena saat ini, media baru lebih mudah di akses oleh kaum milenial. Media baru tidak hanya mudah di akses kapan saja, di mana saja, tetapi juga terlihat lebih menarik dari pada media tradisional yang terkesan ketinggalan zaman dan membosankan. Media baru merupakan sarana informasi dan penyampaian pesan secara baru, media baru berfokuskan pada media yang sudah ada di dalam secara praktis di internet. Media baru memberikan informasi tentang perubahan , cara kerja dan hasil yang merata. Media baru memiliki pengaruh di berbagai faktor, salah satunya olahraga. Indonesia

adalah contohnya dengan serangkaian pertumbuhan sepak bola nya. Karena sangat banyak informasi tentang sepak bola di media baru, masyarakat Indonesia kini semakin populer dengan berita sepak bola.

Adanya perkembangan teknologi, manusia lebih mudah berkomunikasi melalui Internet. Media sosial menjadi sarana yang baik untuk menyatukan berita ke semua orang. Awal kemunculannya, sosial media dipergunakan sebagai sarana agar penggunanya mudah bergabung, memberi, dan bertukar dalam memfasilitasi komunikasi tanpa kendala waktu dan jarak. Media sosial merupakan sarana untuk berinteraksi satu orang atau lebih, bahkan memberikan, bertukar pikiran dan ide dalam jaringan berbasis internet. Fitur program di internet dan media sosial antara lain email, website, facebook, twitter dan instagram. Keberadaannya dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai sarana berbagi dan menerima informasi. Jejaring sosial tercipta karena banyak orang berinteraksi melalui internet. Ada banyak media sosial salah satunya instagram. Aplikasi Instagram merupakan *platform* memiliki fungsi sebagai media untuk mengekspresikan diri dan juga sebagai media untuk mengupload karya, foto dengan cara *fleksibel*. Aplikasi instagram mempunyai fungsi untuk mengirim pesan dan berita secara perorangan maupun kelompok.

Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi video dan foto di dalamnya. Pengguna media dapat mempelajari lebih lanjut tentang orang

yang mereka ikuti melalui postingan visual. Pemakai instagram mengunggah semuanya mulai dari foto peristiwa penting hingga foto hewan peliharaan yang lucu. Pemakai Instagram juga dapat memberikan komentar ke postingan foto yang orang lain unggah.

Pemanfaatan media sosial instagram untuk kebutuhan informasi seputar sepak bola dalam komunitas karang taruna bisa diakses di akun media sosial @bolanusantara tersebut, sejak keberadaan akun sosial media Instagram @bolanusantara muncul sebagai alat berita, pengguna platform media instagram bisa mencari dengan lebih terukur dan terpercaya untuk memperoleh portal berita informasi tentang sepak bola. Pada zaman sekarang instagram sangat amat banyak digunakan oleh anak-anak zaman sekarang untuk sekedar bebas bereskrepsi maupun mencari berita informasi yang tersedia.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan paparan masalah di latar belakang yang sudah penulis uraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu “ **Bagaimana Pemanfaatan Akun Media Sosial Instagram @bolanusantara dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Sepak Bola Pada Komunitas Karang Taruna Desa Pondok Jagung, Tangerang Selatan?**”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang dan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk

Peran Akun Instagram @bolanusantara Dalam Pemenuhan Kebutuhan informasi Tentang Sepak Bola Pada Komunitas Karang Taruna di Desa Pondok Jagung, Tangerang Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penulis sangat berharap semoga penelitian ini memberikan manfaat akademis serta manfaat praktis.

Adapun manfaat penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat bagi perkembangan akademis bagi dalam bidang komunikasi, mass media, media baru, maupun media sosial, khususnya mengenai pemanfaatan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi seputar bola.

1.4.2 Manfaat Praktis

Setelah tercapainya tujuan penelitian maka penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk mengidentifikasi pengaruh kemudahan media sosial terhadap pengambila keputusan informasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian skripsi ini terdapat sejumlah informasi yang diperoleh dari penelitian sebelumnya dan penelitian dilakukan lebih awal, penelitian ini memfokuskan sebagai bentuk perbandingan, yang ditujukan agar bisa memperoleh kelebihan serta kekurangan yang sudah ada sejak awal.

Dalam penelitian terdahulu, adanya penelitian yang hampir mirip atau berkesinambungan dengan skripsi mengenai pemanfaatan media sosial Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar sepakbola pada komunitas karang taruna desa pondok jagung yaitu sebagai berikut :

Pertama, Skripsi Radiman Ashari Agussalim mahasiswa universitas hasanudin makassar tahun 2021 dengan judul **“Tingkat Efektifitas Pemanfaatan Instagram PSM MAKASSAR Terhadap Kebutuhan Informasi Di Kalangan Supporter PSM MAKASSAR”**. Hasil penelitian mengacu pada metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini memfokuskan pada pamakai media yang mempertunjukkan peranan signifikan dalam mencari, menunjuk dan mengaplikasikan media terkemuka. Pemakai media merupakan pihak yang sangat berperan dalam sarana proses komunikasi, pemakai media seperti supporter PSM Makassar bekerja keras untuk mengambil sumber media informasi yang aktual dan relevan di dalam usaha

untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Dengan adanya akun instagram PSM Makassar masyarakat lebih dipermudah untuk mendapatkan informasi mengenai PSM Makassar. Untuk di Kota Makassar, banyak masyarakat yang menggunakan sosial media Instagram PSM ini untuk mendapatkan berita terbaru tentang PSM.

Kedua, Skripsi Jessica Adelya Aritonang Mahasiswi Universitas Buddhi Dharma Tahun 2020 dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @aboutng Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Masyarakat Tangerang”** metode kualitatif adalah dasar dari penelitian ini. Berdasarkan hasil skripsi ini, hasil observasi ini menyatakan beberapa platform media instagram yang paling berpengaruh signifikan terhadap kemajuan komunitas ini, apalagi dengan adanya banyak respon yang positif dari masyarakat Tangerang yang diberikan kepada komunitas ini dalam penyebaran informasi dan ada hal-hal yang tidak juga disebarkan di media sosial lainnya selain Instagram.

Ketiga, Skripsi Cynthia Ladynova Mahasiswi Universitas Buddhi Dharma Tahun 2019 dengan judul **“Peran Akun Instagram @jaktvofficial Dalam Menarik Minat Penonton Pada Program Acara Tokoh Kita”** Penelitian ini mempunyai metode yaitu kuantitatif. Hasil penelitian skripsi ini menyatakan mereka akun (jaktvofficial) mempunyai cara efisien untuk mengaplikasikan Instagram dengan mengikuti pemakai lain, memberikan komentar serta memberika rasa antusias (suka), lalu lebih sering aktif dalam

membuat konten sendiri, memakai berbagai cara konten lebih besar, memakai *hashtag* lebih sering, memulai memposting video serta membuat lebih banyak cara dengan saluran pemasaran lainnya.

Selanjutnya penulis menjabarkan penelitian terdahulu yang mempunyai kemiripan dengan penelitian berupa jurnal, antara lain:

Pertama, Jurnal Nasional dari Singgih Berlan Kosasi, Engga Probi Endri AL MUNIR dalam Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, dengan judul, “**New Media Instagram @bolalobfootball Sebagai Media Informasi Sepakbola Masyarakat Kota Tangerang**” Metode kualitatif adalah hasil dari penelitian ini. Penelitian memaparkan bahwa subjek dari kota Tangerang sebanyak lima (5) yang berusia 20-29 tahun dimana khalayak ini mengikuti akun media sosial @bolalobfootball dalam kurun waktu 1 tahun, dan telah memberikan *like* atau suka sebanyak lima pada postingan instagram @bolalobfootball dalam kurun waktu 5 hari.

Berdasarkan penemuan kinerja penelitian ini antara lain media sosial @bolalobfootball dapat mencakup semua proses hasil informasi khalayak dan di dapat dari sebuah penelitian yang ada. Ada empat faktor yang mempunyai pengaruh kinerja pada media, dan dapat disimpulkan dari apa yang ada di hasil penelitian akun @bolalobfootball dalam mengaplikasikannya fitur-fitur instagram, serta gaya bahasa yang dipakai, jenis informasi yang mampu dikelola mampu dan mencakup serta

menambah kebutuhan informasi sepak bola yang terjadi di masyarakat kota Tangerang.

Kedua, Jurnal Nasional dari Dirdha Aurellia Belatrix Putri Sarasak, Lusya Savitri Setyo Utam, Mahasiswi Universitas Tarumanagara dengan judul, **“Efektivitas Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @panncafe dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penggemar K-Pop”** Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini memaparkan bahwa media sosial @panncafe efektif dalam memenuhi variabel kebutuhan informasi penggemar K-Pop. Hal tersebut terjadi karena mayoritas responden setuju dan sangat setuju bahwa adanya akun @panncafe membantu mereka mendapatkan informasi yang relevan seputar K-Pop. Dan sebagian besar responden merasa bahwa adanya akun @panncafe efektif bagi mereka mempermudah untuk mendapatkan informasi seputar K-Pop. Semakin tinggi penggunaan media sosial Instagram akun @pancafe, maka semakin tinggi juga pengaruhnya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar K-Pop. Hal tersebut diketahui berdasarkan hasil dari uji regresi sederhana yang dilakukan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun media sosial akun Instagram @panncafe efektif secara signifikan dalam pemenuhan kebutuhan informasi penggemar K-Pop.

2.2 Kerangka Teoritis

2.2.1 Komunikasi

Kehidupan sehari-hari masyarakat tidak terlepas dari komunikasi yang umum di setiap daerah dan komunikasi yang mengikuti kaidah-kaidah yang diteliti secara ilmiah. Kata “komunikasi” merupakan terjemahan dari kata bahasa Inggris “*communication*” yang berkembang di Amerika Serikat, dan komunikasi juga berasal dari surat kabar, unsur jurnalisme. Definisi komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif: perspektif *linguistik (etimologi)* dan perspektif konseptual (*terminologi*).

Dikutip dari buku Komunikasi Dr. HJ. Roudhonah, M.Ag. Tahun 2019 Komunikasi dalam bahasa atau etimologi dalam “ensiklopedi umum” diartikan sebagai “perhubungan”, antara lain yang berada dalam buku komunikasi berasal dari perkataan latin, yaitu :

1. *Communicare*, yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan.
2. *Communis*, membangun kebersamaan dua orang atau lebih.
3. *Communis Opinion*, dapat diartikan pendapat umum maupun mayoritas.
4. *Communico*, yang berarti membuat sama
5. *Communicatio*, yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya berarti sama makna.

Dikutip dari buku “Ilmu Komunikasi” Dr. HJ. Roudhonah, M.Ag. Tahun 2019. Komunikasi merupakan hal yang sangat penting. Semakin bertambahnya pergaulan maka menjadi dominan, peranan dan tanggung

jawab sosial seseorang untuk berkomunikasi. Makin banyak seseorang terlibat dalam proses komunikasi, maka akan berpengaruh pula terhadap diri dan tingkah lakunya, karena komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian dan penerimaan lambang-lambang pesan yang mengandung makna dimana komunikator dan informannya mempunyai tujuan melaksanakan kesamaan makna dan kebersamaan.

Berelson dan Steiner menjelaskan dalam buku *Human behaviour* tahun 1964 komunikasi merupakan cara penyampaian informasi, gagasan, ide, keahlian dan lain-lain dalam menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, gambar, angka-angka, dan lain-lain.

2.2.1.1 Fungsi Komunikasi

Fungsi Komunikasi adalah kegunaan komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (2003) fungsi komunikasi menurutnya mempunyai tiga fungsi, yakni :

1. Fungsi Menyampaikan Informasi, Yaitu menyampaikan pesan pada upaya pengumpulan, pengolahan, produksi dan penyebarluasan informasi mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi di dalam maupun di luar lingkungan masyarakat.

2. Fungsi Mendidik di antara lain sebagai ruang lingkup dalam masyarakat untuk pencapaian kesepakatan bersama mengenai penyebaran informasi yang baik. Fungsi mendidik merujuk pada upaya menyerahkan

suatu penafsiran informasi mengenai peristiwa-peristiwa dan upaya yang terjadi.

3. Fungsi Penghibur, Komunikasi bisa menjadi alat untuk menghibur seseorang, misalnya penyampaian rasa simpati ketika bersedih.

2.2.1.2 Tujuan Komunikasi

Komunikasi memiliki tujuan merujuk untuk suatu harapan atau pencapaian yang ingin dituju oleh pengguna komunikasi. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (2005:8) menyatakan bahwa tujuan komunikasi memiliki empat :

1. *Social change* (Perubahan Sosial) seseorang mengadakan komunikasi dengan orang lain diharapkan adanya perubahan sosial dalam kehidupannya.
2. *Attitude change* (Perubahan Sikap) seseorang berkomunikasi juga ingin mengadakan perubahan sikap.
3. *Opinion Change* (Perubahan Pendapat) seseorang melakukan proses komunikasi mempunyai harapan ditujuan antara lain untuk mengadakan *transformasi* pendapat.

2.2.1.3 Unsur- Unsur Komunikasi

Dalam proses nya komunikasi di bangun dari beberapa unsur, yaitu (1) orang yang berbicara, yang disebut sebagai komunikator; (2) materi pembicaraan; (3) orang yang menerima/mendengarkan yang disebut sebagai komunikan. Disamping tiga unsur tersebut dapat pula ditambah dengan unsur-unsur lainnya (Mulyana, 2012:69-71), yaitu :

1. *Source/Sumber* adalah apa yang ada dibenak seseorang berupa ide,gagasan atau peristiwa yang kemudian disimpan dalam kotak hitam di kepala dan disebut ideasi.
2. *Encoder/Komunikator*, yaitu orang yang pertama kali menyampaikan pesan.
3. *Message/Pesan*, yaitu pesan baik berupa kata-kata, lambang-lambang, isyarat tanda-tanda, atau gambar yang disampaikan.
4. *Decoder/Komunikan* adalah orang yang menerima pesan.
5. *Destination*, adalah tujuan yang ingin di capai dari proses komunikasi.

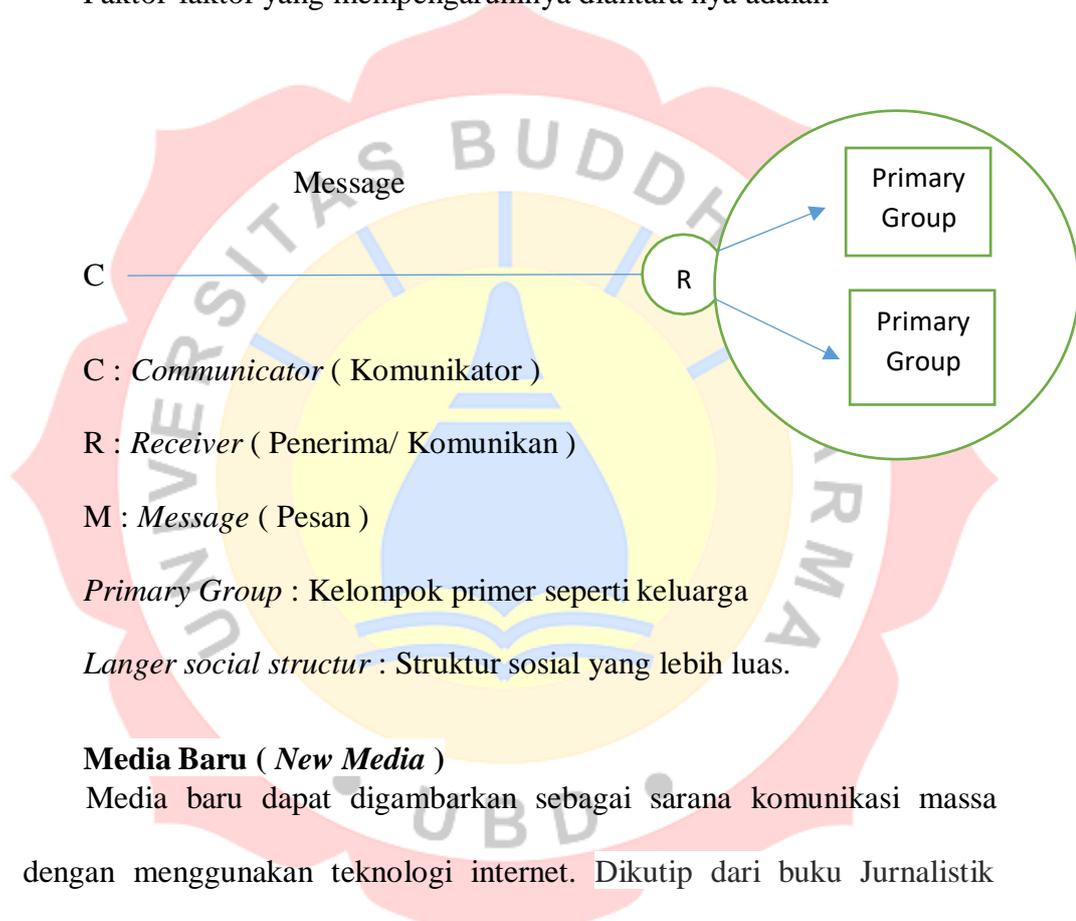
2.2.1.4 Model Komunikasi

Komunikasi diperlukan untuk berinteraksi sesama manusia karena komunikasi sendiri tidak dapat di pisahkan dari kehidupan manusia. Ada beberapa definisi dan masing-masing model komunikasi yang berbeda-beda.

Dikutip dari buku “Ilmu Komunikasi” Dr. HJ. Roudhonah, M.Ag. Tahun 2019 Jhon W. Riley dan Matilda W. Riley mengatakan komunikan

dalam menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak langsung bereaksi begitu saja. Ada faktor-faktor diluar dirinya yang turut memengaruhi bahkan mengendalikan reaksinya terhadap suatu pesan yang diterimanya.

Faktor-faktor yang mempengaruhinya diantaranya adalah



C : *Communicator* (Komunikator)

R : *Receiver* (Penerima/ Komunikan)

M : *Message* (Pesan)

Primary Group : Kelompok primer seperti keluarga

Langer social structur : Struktur sosial yang lebih luas.

2.2.2 **Media Baru (*New Media*)**

Media baru dapat digambarkan sebagai sarana komunikasi massa dengan menggunakan teknologi internet. Dikutip dari buku Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online (2020) Asep Syamsul M. Romli. Media baru adalah istilah yang mengacu pada permintaan akses konten (konten atau informasi) kapan saja, di mana saja, pada perangkat digital apapun, berpusat pada umpan balik pengguna yang interaktif, munculnya

partisipasi kreatif, dan konten media. Antara lain melalui pembentukan komunitas yang generasi. "waktu sebenarnya".

Secara signifikan, new media dapat dijelaskan sebagai proses budaya yang menjelaskan nilai-nilai sosial masyarakat didalamnya. Pertimbangan ini membantu mendefinisikan media baru (New Media) dan mengartikan media yang interaktif.

2.2.2.1 **Karakteristik Media Baru**

Dikutip dari buku Journalism Today Andi Fachruddin (2019)

Setidaknya ada 7 karakteristik media baru yaitu :

1. *Digitalisasi*, ciri dari penggunaan new media. Hampir seluruh media komunikasi sekarang berbasis digital.
2. *Konvergensi*, salah satu kombinasi dari seluruh media antara lain media cetak, televisi, radio, internet melalui berbagai situs media.
3. *Interaktifitas*, proses terjadinya komunikasi antara *platform* media antara manusia itu sendiri saling berkesinambungan.
4. *Virtuality*, suatu *platform online* yang di akses untuk berhadapan langsung pada objek yang dihubungi.
5. *Hypertextuality*, suatu dokumen internet biasanya berpat text atau html atau link.
6. *Simulasi*, Penyajian peristiwa yang nyata namun diberi efek tertentu agar terlihat lebih dramatis.

7. *Dispersal*, masyarakat bisa jadi produsen, distributor, atau konsumen dari informasi.

2.2.2.2 Fungsi Media Baru

Menurut Rianto, P. (2016) Berikut fungsi media baru dalam penerapannya, antara lain :

1. Informasi, Penyebaran dan berbagi informasi adalah peran utama media. Karena informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan adalah kekuatan, media menyediakan fakta dan opini yang asli dan terkini tentang peristiwa dan situasi kepada massa dalam artikel informatif. Informasi yang disediakan oleh media massa bersifat opini dan mencakup informasi objektif, subjektif, primer, dan sekunder. Kemampuan informasi media memungkinkan pemirsa untuk mengetahui apa yang terjadi di sekitar mereka dan untuk menemukan kebenaran. Media memberikan informasi dengan menggunakan radio, siaran berita informasi televisi, serta kolom surat kabar dan majalah.

2. Pendidikan, Media memberikan berbagai tingkat pendidikan dan informasi kepada orang-orang dari semua tingkatan. Mereka berusaha mencerahkan orang secara langsung atau tidak langsung melalui berbagai bentuk konten. Misalnya, kursus pembelajaran jarak jauh adalah pendekatan langsung. Drama, dokumenter, wawancara, film layar lebar, dan banyak program lainnya sedang dipersiapkan untuk mencerahkan masyarakat secara

tidak langsung. Khususnya di negara-negara berkembang, media massa digunakan sebagai alat yang ampuh untuk pendidikan massa.

3. Hiburan, Hiburan memiliki juga sangat mempunyai fungsi di media. Hiburan dianggap memiliki fitur sarana yang jelas dan paling sering dipakai. Pada intinya, hiburan salah satu upaya bentuk cara yang membawa keceriaan bagi khalayak. Dengan cara seperti inilah media memenuhi kebutuhan hiburan untuk khalayak banyak. Koran, majalah, maupun radio, serta televisi, dan media online menyediakan cerita, film, serial, dan komik yang dapat memberikan hiburan kepada informan.

4. Persuasi, termasuk juga sebagai peran media baru, karena persuasi berarti mempengaruhi pemikiran orang lain. Media baru dapat memprovokasi informan dengan segala hal karena kontennya dapat mencakup pendapat publik dan mempengaruhi pola pikiran di pikiran masyarakat luas. biasanya hal ini mempengaruhi suara, perubahan perilaku. Media baru dapat membujuk khalayak dengan bantuan internet di dalam seperti artikel. Meskipun tidak semua khalayak mengetahuinya. Banyak dari mereka secara tidak sadar dipengaruhi atau dimotivasi dengan menyaksikan iklan sebagai contoh untuk mengajak pendengar mereka.

5. Pengawasan, Biasanya pengawasan ini bersifat mengawasi, mengamati khalayak secara dekat. Peran media baru biasanya mengawasi khalayak secara dekat dan terus menerus, memberitahu apa yang mengancam khalayak massa atau kemungkinan sesuatu yang mungkin akan

terjadi di masa yang akan datang, dan mengurangi kemungkinan kerugian tersebut. Demikian pula, media baru memberi tahu pihak berwenang tentang perilaku memalukan di masyarakat dan mencegah perilaku buruk publik di masyarakat.

2.2.3 Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Dalam kebutuhan informasi, kebutuhan umat manusia saat ini menjadi masalah jika tidak terpenuhi. Seseorang mendapatkan rasa kepuasan dengan mengandalkan informasi kebutuhan yang berbeda seperti menambahkan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kurangi ketidakpastian untuk menang kepuasan.

Menurut Fatmawati, E. (2016). Ada empat pendekatan untuk penjelasan kebutuhan informasi pengguna media sosial, Itu adalah:

1. *Current Need Approach*, Pendekatan keperluan saat ini (pendekatan membutuhkan informasi terkini) Pendekatan kebutuhan Informasi dan data terbaru dorong dorong semua orang pengguna dalam kesulitan Informasi untuk tetap aktif mencari untuk mencari tahu terbaru.
2. *Everyday Need Approach*, Pendekatan keperluan sehari-hari. Kebutuhan informasi harian Pendekatan kebutuhan Informasi rutin termasuk properti, mis. Spesifik dan cepat, hal semacam itu saya butuh jawaban yang benar Tentunya dari pengolahan informasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna informasi.

3. *Exhaustic need approach*, merupakan kebutuhan informasi mendalam, di mana data harus akurat dan lengkap.

4. *Catching up need approach*, (pendekatan kebutuhan informasi sekilas), antara lain adalah penggunaan informasi yang mempunyai makna sekejap, tentunya informasi tersebut walaupun dapat disebut pendek dan singkat tetapi juga harus *valid* informasinya.

2.4.1 Informasi

Menurut Notoadmojo (2008), Informasi mempunyai hal yang sangat penting dalam membantu menambah wawasan dan mengurangi rasa akan kecemasan suatu berita yang ingin dirasakan oleh seseorang.

2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kebutuhan Informasi

Menurut Wilson Ishak (2006:93-94) Ada 3 faktor yang mempengaruhi kebutuhan informasi, sebagai berikut :

1. Kebutuhan Individu, Kebutuhan pada manusia yang melibatkan kebutuhan fisik.
2. Peran Sosial, Seperangkat perilaku, hak, kewajiban dan norma sosial.
3. Lingkungan, Berbagai unsur fisik meliputi tempat sebagai sarana kebutuhan informasi.

2.4.3 Jenis Kebutuhan Informasi

Jenis kebutuhan informasi dikelompokkan menjadi 2 bagian menurut Menurut Yusuf 1995:10, Universitas Sumatera Utara 37 sebagai berikut

1. Informasi Lisan, Seperti informasi tertentu yang disampaikan secara langsung melalui ucapan atau lisan. Sumber informasi lisan adalah berbagai saluran media yang berkaitan dengan konsultasi. Informasi, secara harfiah, adalah sebuah pesan.
2. Informasi Terekam, informasi ini paling bermanfaat dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan, terutama bergaul yang bertujuan mengembangkan diri ke arah yang lebih baik.

Dari kedua jenis informasi diatas terekam an tidak terekam, maka apat dibagi menjadi dua, yaitu sumber formal dan sumber informal sebab dalam proses pencarian informasi, manusia membentuk perilaku pencarian berupa permintaan informasi melalui orang lain, atau sistem informasi.

2.2.4 Media Sosial

Menurut Mandibergh (2012) Media sosial adalah platform internet yang memungkinkan bagi individu untuk berbagi secara segera dan berkomunikasi secara terus menerus dengan komunitasnya Dari waktu ke waktu, kini pesatnya kemajuan internet telah meningkat drastis. Hal ini tidak terlepas dari akses internet yang semakin efisien dan merata.

Media komunikasi juga termasuk kedalam golongan media sosial. Didalam buku pada tahun 2011, Social Media 101 Taktik dan Tips Mengembangkan Bisnis Online Anda, Chris Brogan menjelaskan bagaimana media sosial dapat memungkinkan berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk masyarakat umum. Berbeda dengan media tradisional seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi, interaksinya sangat terbatas dan sulit untuk dimasukkan dalam jumlah yang memadai.

2.2.4.1 Fungsi Media Sosial

Adapun cara dan fungsi kinerja media sosial antara lain :

1. Informasi, informasi menjadi hal yang penting karena dapat memberikan konten interaksi berdasarkan informasi.
2. Jaringan, struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan maupun internet.
3. Interaksi, bentuk sosial yang terjadi di media sosial dapat berupa komentar.
4. Simulasi sosial, media sosial juga memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya.

2.2.4.2 Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein tahun 2010 memberikan serangkaian *versi* media sosial ke dalam 6 (enam) jenis, antara lain:

1. *Collaborative Project*, Proyek kolaboratif mengharuskan banyak pengguna untuk berkolaborasi pada konten secara bersamaan. Misalnya, beberapa situs web jenis ini mengharuskan pemakai untuk menambah, menghapus, atau merubah konten. Bentuk lain dari proyek kolaboratif adalah *bookmark* sosial, yang memungkinkan pengumpulan berbasis grup dan kategorisasi konten internet atau media.
2. *Blogs*, adalah salah satu jenis didalam media sosial yang biasanya muncul pada tahap awal muncul sebagai web pribadi, biasanya mempertunjukkan postingan bertanggal yang mempunyai bentuk blog seperti teks.
3. *Content Communities*, Konten komunitas ini biasanya bertujuan untuk menerima, berbagi konten media seperti kata, gambar, rangkaian video, serta presentasi PowerPoint di antara pemakai.
4. *Social Networking Sites*, Situs jejaring sosial menguatkan pada pemakai untuk menghasilkan informasi data diri, mengundang teman dan kolega dalam mengakses profil mereka, dan terhubung dengan mengirimkan email dan pesan secara cepat. Profil biasanya mencakup gambar, video, berkas audio.

5. *Virtual Games Worlds*, Dunia game virtual merupakan alat yang mereproduksi bentuk dalam tiga dimensi, mengharuskan pemakai untuk mempertunjukkan data diri dan berinteraksi sesuai permainan.

6. *Virtual Social Worlds*, Di dunia sosial virtual, penghuni dapat dengan bebas memilih tindakan mereka dan hidup dalam bentuk avatar di dunia virtual yang sama dengan kehidupan nyata. Contohnya adalah yang kedua.

2.2.4.3 Dampak Sosial Media

Dalam penggunaan sosial media pasti berujung pada kehasilan dampak positif dan negative didalamnya, berikut ini beberapa dampak yang dihasilkan dari pemakaian media sosial, Menurut Nasrullah (2015). Ada beberapa dampak sosial sebagai berikut:

Dampak Positif

Dampak positif menurut Nasrullah (2015) sebagai berikut :

1. Memfasilitasi dan mempermudah kegiatan berkomunikasi dalam melakukan obrolan dengan orang lain seperti teman dan keluarga
2. Media sosial membuat dan mempercepat kita dalam mengambil informasi yang dinginkna
3. Melalui media sosial saat ini, kita dapat menemukan berita terbaru, membaca apa yang dikatakan orang lain, dan membagikan apa yang kita miliki.
4. Media sosial berguna untuk pemasaran dan periklanan karena dapat digunakan dalam pengiklanan barang yang akan dijual. Dengan media

sosial, jaringan bisnis dapat menghasilkan relasi yang lebih luas serta melibatkan konsumen dengan biaya yang rentan lebih mudah dibandingkan di televisi.

5. Media sosial mampu menaikkan tingkat ide, pengetahuan serta kreativitas ini biasanya terjadi karena kita dapat memakainya untuk mempelajari hal-hal baru, mengikuti perkembangan teknologi.

6. Melalui media sosial, Anda dapat bertemu orang-orang dengan minat, hobi, dan pekerjaan yang sama, bahkan menemukan pasangan hidup Anda, jadi bangun jaringan dan relasi Anda.

Dampak Negatif

Dampak negative menurut Nasrullah (2015) sebagai berikut :

1. Kualitas tidur yang buruk akibat penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan tidur menjadi gelisah dan siklus tidur yang terganggu. Hal ini dapat menyebabkan kelelahan, konsentrasi yang buruk, lekas marah, dan bahkan insomnia.

2. Dalam menggunakan media sosial yang tidak tau waktu dapat membuat kita tidak pernah puas dengan yang namanya pencapaian diri, merasa diangsan dari lingkungan sosial kita, dan menghadapi *pressure* sosial, sehingga meningkatkan kecemasan dan depresi. Hal ini dapat menyebabkan stres, kecemasan, kesedihan, rendah diri, dan bahkan bunuh diri.

3. Penggunaan media sosial yang berlebihan menyebabkan kecanduan karena dapat mengakibatkan hilangnya pikiran atas kendali yang kita pegang di dalam diri, melalaikan tanggung jawab, serta pengorbanan waktu dan uang untuk media sosial. Hal inilah biasanya dapat membuat kecanduan internet dan gangguan mental.

4. Terdapat resiko dan kesalahpahaman data pribadi karena pemakaian media sosial yang tidak bisa kita kelola dengan baik dapat membuat data pribadi kita secara tidak sadar kepada pihak yang tidak bertanggung jawab. Ini dapat membuat kita terkena perampokan identitas, penipuan online, peretasan akun, dan bahkan pelecehan seksual.

5. *Cyberbullying* ini biasanya terjadi karena adanya kebohongan serta tindakan-tindakan luar yang kita tidak inginkan, biasanya tindakan ini dilakukan dengan alasan menakut-nakuti.

2.2.5 Instagram

Menurut (M Nisrina, 2015:137) Instagram merupakan salah satu aplikasi yang digunakan untuk mencari informasi serta mengunggah hasil foto dan video ke pengikut siapa pun yang. Nama Instagram awal mulanya dari Instagram dan Gram, yaitu “Insta” dari “Instant” dan “Gram” dari “Telegram”, dan berasal dari nama tersebut untuk memberikan informasi kepada orang lain sekaligus atau berbagi foto. mereka berpisah. Salah satu hal unik tentang Instagram bukanlah foto rasio aspek biasa, melainkan

foto persegi yang terlihat seperti kamera *Polaroid* atau Kodak *Instamatics*.

2.2.5.1 Tujuan Instagram

Dalam sosial media instagram terdapat juga beberapa tujuan instagram antara lain:

1. Memahami dan menggunakan fitur media sosial Instagram dengan benar
2. Untuk meneliti dampak positif dan negatif dari media sosial di Instagram.
3. Untuk mengetahui bagaimana saja media sosial Instagram digunakan di sector kebutuhan informasi.

2.2.5.2 Fitur-Fitur Instagram

Dalam platform media sosial Instagram terdapat fitur-fitur yang tersedia di dalamnya (Atmoko, 2012:28) yaitu sebagai berikut :

1. Instagram TV, Fitur yang dipersembahkan bagi pemakai Instagram bagi yang sangat suka membuat konten berbasis video.
2. Pengikut dan Mengikuti (*Followers dan Followings*), Followers merupakan salah satu bentuk atau biasa dibilang orang yang mengikuti akun media sosial, Sedangkan followings merupakan orang yang kita ikuti dan kita ingin mendapatkan pemberitahuan dari usaha timbal balik.

3. *Reels*, Merupakan salah satu fitur berbasis video berdurasi jangka panjang, reels ini biasanya digunakan untuk promosi, hiburan dan ekspresi diri.
4. *Direct Message* (DM), Fitur yang digunakan untuk melakukan interaksi baik si pemakai media sosial ke penyampai informasi, atau biasa dibidang pesan pribadi.
5. *Story* (Cerita), Fitur ini berbasis mengunggah foto maupun video singkat yang hanya bertahan dalam kurun waktu selama 24 jam saja.
6. *Explore*, Dengan fitur Instagram Explore, pengguna dapat dengan mudah menemukan konten Instagram yang diperbarui dan relevan dan merujuknya.

2.2.5.3 Manfaat Instagram

Manfaat instagram bisa dijadikan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi dan mendapatkan informasi yang kita inginkan salah satu contohnya bisa mendapatkan relasi pertemanan, jaringan pertemanan, dan media berekreasi.

2.2.5.4 Akun Media Sosial @bolanusantara

Instagram @bolanusantara merupakan sumber utama dari informan, itu pembagi informasi sepak bola melalui Instagram @bolanusantara Situs yang mudah dipahami Informan, di sebelah instagram juga streaming @bolanusantara sangat membantu dan informatif sebenarnya. Lebih lanjut

di halaman instagram @bolanusantara selalu aktif Komunikasi antar Instagram @bolanusantara dan pengikutnya.

Kini akun sosial media @bolanusantara kini memiliki pengikut lebih dari 250.000 Ribu anggota. Mengingat media sosial Instagram lebih efisien maka dari itu media inilah yang sangat sederhana dan dapat digunakan saat mencari informasi, terlebih hal khusus memfokuskan pada informasi sepak bola. Tergantung medianya di media sosial, khususnya instagram, akses mudah kapan saja, di mana saja utuh.

2.3 Teori Uses And Gratification

Jay G. Blumler (1974: 65) berpendapat yaitu peranan pemakai media memiliki kewajiban yang besar agar dapat menentukan dan menggunakan media yang di inginkannya. Antara lain, pemakai media merupakan pengguna yang memiliki peranan aktif. Pengguna media akan selalu ingin mendapatkan informasi media yang paling valid dan terpercaya dalam kinerjanya agar bisa memenuhi kebutuhannya. Teori ini beranggapan bahwa pemakai atau pelaksana media mempunyai kebebasan dalam menentukan lewat mana mereka mengaplikasikan media dan pada dasarnya seperti apa agar media itu akan melekat kepada dirinya sendiri.

Di dalam meneliti permasalahan ini, penulis menggunakan teori *Uses And Gratification*. Teori kepuasan ini bisa di kemukakan antara lain menjelaskan agar setiap pemakai yang menggunakan media mempunyai peranan, keselarasan atas kepercayaan mengapa memilih media platform

yang diinginkannya, dan mengapa memilih aplikasi media sosial instagram yang dipilih penggunanya, aplikasi instagram menjadi pilihan karena dianggap merupakan media yang *simple* dalam menemukan sebuah informasi tepatnya adalah media sosial yang dapat memberikan memenuhi kebutuhan pemakainya.

Berikut ini merupakan alasan-alasan khalayak menggunakan media sebagai berikut menurut Katz et.al (1973:164-181)

1. Motif Kebutuhan Kognitif
2. Motif Kebutuhan Afektif
3. Motif Kebutuhan Integratif Pribadi
4. Motif Kebutuhan Interaktif Sosial

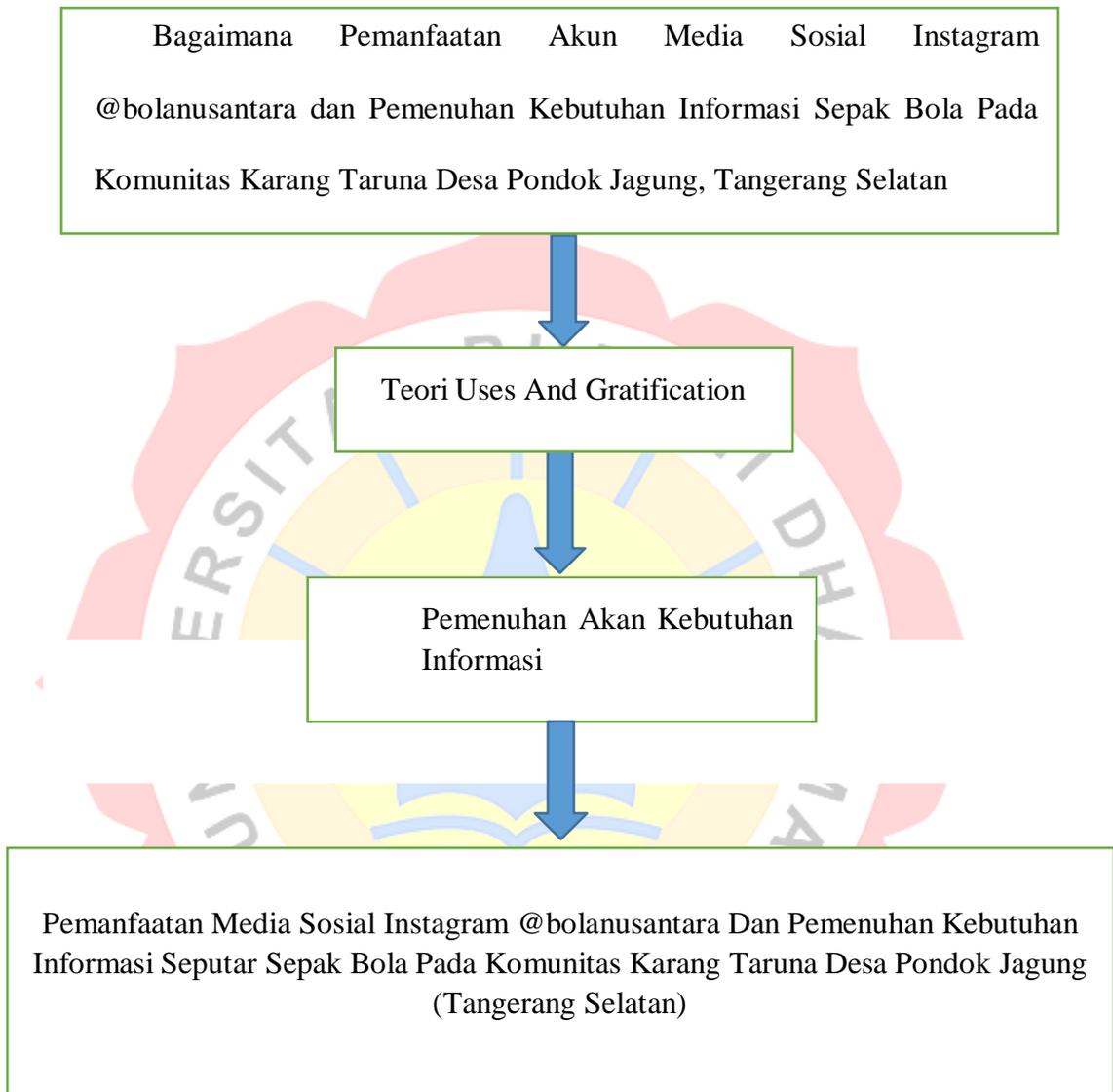
Keempat kategori tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan yang termasuk di dalam media dan di jelaskan sebagai adanya keselarasan dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

Oleh karena itu *teori uses and gratification* dapat di gunakan untuk, media membantu pengguna untuk memutuskan media mana yang akan dipilih sesuai dengan kebutuhan mereka. Jika indikator media sejalan dengan kepentingan masyarakat, berarti kebutuhan informasi masyarakat dapat terpenuhi dengan baik. Pada tahap inilah, media dilihat berjalan dengan baik dan mampu memberikan informasi audiens.

Dalam hal ini, sebagaimana dijelaskan bahwa media sosial Instagram adalah media yang mempunyai peranan penting untuk sarana kebutuhan informasi bagi penggunanya. Seperti pada akun media sosial @bolanusantara yang membagikan informasi seputar sepak bola Indonesia, Untuk mengetahui pemanfaatan akun @bolanusantara, khususnya pada komunitas karang taruna Desa Pondok Jagung, Tangerang Selatan dalam memenuhi informasi.

Dengan kata lain *Teori Uses And Gratification* adalah teori komunikasi massa yang membahas efek media pada manusia. Lebih tepatnya, teori ini menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka.

2.4 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Kuhn Thomas S (1962), Kuhn Thomas menjelaskan bahwa paradigma penelitian merupakan sebuah keyakinan dan pengesahan bersama di antara para ilmuwan atas dengan cara apa suatu masalah dan kejadian hendaklah ditetapkan serta dipahami.

Paradigma penelitian ialah sebuah konsep yang tertera secara logis terkait satu dengan yang lainnya yang menyediakan pemikiran kerja untuk menghasilkan, membaca, serta menafsirkan fakta dari masalah yang akan dihadapi. Paradigma penelitian ini mempunyai penjelasan, metode, teori, dan juga memiliki instrumen yang tertera di dalamnya dan akan sebuah menjadi dasar agar menghasilkan rancangan bagi seluruh proses penelitian.

Menurut Chua (1986), Chua menjelaskan paradigma penelitian adalah paradigma fungsionalis atau positivis. Pengaruh yang ditimbulkannya begitu dominan dan tumbuh begitu cepat sehingga cenderung menjadi arus utama (mainstream).

Berdasarkan asumsi dasar tersebut, penulis menggunakan pendekatan paradigma Konstruktivisme sebagai dasar untuk memulai penelitian. Teori yang memberikan kebebasan kepada manusia untuk melihat kemungkinan dari apa yang diinginkan dan dibutuhkannya untuk mendapatkan informasi

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan fenomenologi serta merupakan penelitian dengan metode kualitatif. Penelitian fenomenologi berfungsi untuk menafsirkan apa saja yang dialami informan, melihat apa yang dialaminya, menunjukkan kehidupan dan fenomena, serta memahami pengalaman informan untuk mendapatkan informasi.

Maka penulis ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram @bolanusantara dalam memenuhi kebutuhan informasi seputar sepak bola pada komunitas Karang Taruna desa Pondok Jagung (Tangerang Selatan)

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian ialah cara sistem untuk memperoleh hasil data yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, serta mendemonstrasikan hasil pemahaman yang spesifik, antara lain bertujuan untuk mencapai, meramal suatu bidang pemahaman.

Menurut Sukandar rumidi tahun (2008, hal.317) Metode Penelitian merupakan suatu cara yang dipergunakan agar menghasilkan tujuan serta mencari dan menemukan jawaban atas pertanyaan yang disampaikan dalam penelitian mereka.

Hal ini sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian kualitatif ini, sebagaimana telah dijelaskan tujuan pendekatan kualitatif adalah untuk menemukan pola keterkaitan, menemukan teori, menjelaskan realitas yang

kompleks, dan memahaminya (Sugiyono) 2013 "Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D."

3.4 Subjek Atau Objek Penelitian

3.4.1 Subjek Penelitian

Terdapat subjek di dalam sebuah penelitian ini adalah masyarakat Komunitas Karang Taruna, di mana narasumber yang peneliti ambil adalah orang-orang yang memiliki ketertarikan pada akun media sosial @bolanusantara diantaranya, Ilyas Syach, Dhava Zudjian, Fikri Nur Mutaqin, Muhammad Rizki, Ahmad Muis, Kevin Reynaldo, Rendy Andrian. Sebagai sampel penelitian penulis.

3.4.2 Objek Penelitian

Terdapat objek dalam penelitian ini yaitu media sosial instagram @bolanusantara dan pemenuhan kebutuhan informasi sepak bola pada komunitas karang taruna Desa Pondok Jagung, Tangerang Selatan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebuah kinerja dimana akan melakukan teknik mendalam dalam pembahasan penelitian, karena mempunyai tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan sebuah data.

1.Observasi, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode pengamatan, dan mengharuskan peneliti berada dilokasi dan tujuan yang sudah di tentukan.

2. Wawancara, merupakan hasil data yang benar-benar terjadi di lokasi penelitian saat sedang melakukan penelitian dilakukan melalui wawancara melalui komunikasi dari satu pihak ke pihak yang lain.

3. Dokumentasi, serangkaian kegiatan peneliti berupa bukti gambar dan video untuk hasil informasi.

3.6 Teknik Analisis Data

A. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, proses terpusat untuk melakukan penelitian secara *simple*, dan *transformasi* data mentah didokumentasikan di tempat kejadian terungkap. Proses ini dilanjutkan selama masa biasanya sebelum data dikumpulkan yakni mempelajari bagan yang biasanya menggambarkan hubungan yang saling keterikatan, dan pendekatan kumpulan data yang dipilih peneliti.

B. Penyajian Data (Data Display)

Begitu juga dengan penyajian data dikenal sebagai mekanisme dimana digunakan untuk merepresentasikan rangkaian digit (penomoran) agar mudah dibaca dalam laporan penelitian. Oleh karena itu, pada umumnya data penelitian dapat dengan sangat mudah disajikan kepada masyarakat umum.

C. Verifikasi (*Conclusion drawing* atau *verification*)

Verifikasi yang dilakukan penulis sebagaimana cara yang ditunjukkan oleh penelitian agar bisa membahas dalam cara teknik pengumpulan data di dalam laporan, agar laporan yang sudah dibuat sama sekali tidak memiliki

kendala maupun kesalahpahaman sedikit mungkin adanya yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial instagram dan pemenuhan kebutuhan informasi sepak bola pada komunitas karang taruna.

3.7 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.7.1 Lokasi penelitian

Penelitian ini bertempat di Desa Pondok Jagung Kecamatan Serpong Utara, Tangerang Selatan Rt 001/ Rw 002 Kecamatan Serpong Utara Tangerang Selatan.

3.7.2 Waktu Penelitian

Penulis melakukan kegiatan penelitian pada masyarakat Komunitas Karang Taruna ,selama 3 bulan Maret sampai Juli 2023.

