PERSEPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA MENGENAI AKUN INSTAGRAM *@Abouttng* DALAM KEBUTUHAN INFORMASI

SKRIPSI

JONATHAN ANDREAS SURADJI

20200400024

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FALKUTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2024

PERSEPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA MENGENAI AKUN INSTAGRAM *@Abouttng* DALAM KEBUTUHAN INFORMASI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

JONATHAN ANDREAS SURADJI

20200400024

PROGRAM STUDI ILMU KOMMUNIKASI
FALKUTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir : persepsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi universitas buddhi dharma mengenai akun instagram @abouttng dalam kebutuhan informasi

Nama : Jonathan Andreas Suradji

NIM : 20200400024

Fakultas : Sosial Dan Humaniora

Skripsi ini disetujui pada Tanggal 09 Juli 2024

Disetujui,

Dosen Pembimbing	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Suryadi Wardiana, M.I.Kom	**Tia Nuraprivanti,S.Sos.I.,M.I.Kom**
NIDN. 0411118205	NIDN. 0310048205

SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tia Nurapriyanti, S.Sos.I.,M.IKom

Jabatan : Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menerangkan Bahwa :

Nama : Jonathan Andreas Suradji

NIM : 20200400024

Falkutas : Sosial & Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skirpsi : persepsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi universitas buddhi dharma mengenai akun instagram @abouttng dalam kebutuhan informasi

Dinyatakan layak untuk mengikuti siding Skirpsi

Tangerang, 09 Juli 2024

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dosen Pembimbing
Tia Nurapriyanti, S.Sos.I.,M.I.Kom	**Suryadi Wardiana, M.I.Kom**
NIDN : 0310048205	NIDN : 0411118205

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Jonathan Andreas Suradji

NIM : 20200400024

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : persepsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi universitas buddhi dharma mengenai akun instagram @abouttng dalam kebutuhan informasi

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 : **Riris Mutiara Paulina Simamora,S.Pd.,M.Hum** ( )
   NIDN : 0427068703

2. Penguji I : **Adrallisman, S.S.,M.Hum** ( )
   NIDN : 0427117501

3. Penguji II : **Galuh Kusuma Hapsari,S.Si.,M.IKom** ( )
   NIDN : 0401018307

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora
Universitas Buddhi Dharma

Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum.
NIDN : 0418128601

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, tugas akhir dalam bentuk skripsi berjudul "persepsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi universitas buddhi dharma mengenai akun instagram @abouttng dalam kebutuhan informasi" merupakan asli karya saya sendiri;
2. Karya tulis ini murni ide, rumusan, dan penelitian saya pribadi, dengan tidak diperbantukan oleh pihak lainnya, kecuali oleh pembimbing;
3. Di dalam karya tulis ini, tidak ada karya ataupun opini yang sudah dituliskan ataupun disebarkan kepada orang lain, terkecuali dengan terang saya cantumkan sebagai referensi penulisan naskahnya melalui pencantuman penulisnya di daftar pustaka;
4. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan jika ada hal yang menyimpang di dalamnya, saya bersedia mendapat konsekuensi akademik berupa dicabutnya gelar yang sudah saya peroleh melalui karya tulis ini, serta konsekuensi lain sebagaimana norma dan ketentuan hukum yang ada.

Tangerang, 09 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,

Jonathan Andreas Suradji
NIM:20200400024

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat, anugerah dan pimpinannya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "persepsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi universitas buddhi dharma mengenai akun instagram @abouttng dalam kebutuhan informasi" sesuai waktu yang ditentukan. Di dalam proses pembuatan Skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, membimbing dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan dengan baik dan tepat. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dengan hati yang penuh dengan ucapan syukur, kepada :

1. Dr. Limajatini, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Sonya Ayu Kumala,.S.Hum, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma
3. Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom, Selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi Unversitas Buddhi Dharma.
4. Suryadi Wardiana, M.I.Kom, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pengetahuan, saran dan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.
5. Segenap Dosen Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman terkait mata perkuliahan yang sudah ditempuh, sehingga ilmu - ilmu tersebut dapat bermanfaat dalam kegiatan Skripsi peneliti.
6. Staff Sekretariat Fakultas Sosial dan Humaniora yang telah membantu dalam kegiatan administrasi
7. Kedua Orang Tua Dan Keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa kepada Penulis dalam Penyusunan skripsi.
8. Teman – teman Sc Production, Eduard Halawa, Meiyen, Okta Riyadi, Ruth Angela, Felix dharmawan, Devi Permata, Agnes Theresia, Yang Telah Berjuang Bersama Dalam Pembuatan Skirpsi.

9. Nelsen Ivender, Eduard Halawa, Alvian, Thanivia, Devi permata, Okta Riyadi, Lia Candriani yang Telah Menjadi Informan dalam Skripsi Ini.

Tangerang, 09 Juli 2024

Jonathan Andreas Suradji

ABSTRAK

Masyarakat membutuhkan informasi dalam kehidupannya, hadirnya media sosial dapat mempermudah masyarakat untuk mencari informasi. Dengan hanya menggunakan gawai dan sentuhan jari informasi dengan mudah didapatkan tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap akun Instagram *@Abouttng* dalam memenuhi kebutuhan informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskrptif. Dan pendekatan dalam penelitian ini adalah Kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan teori Uses & Gratification untuk menganalisis yang mencakup kebutuhan kognitif, afektif, integratif pribadi, dan sosial. di kemukakan oleh Blumer dan Katz Dalam teori ini menekankan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dalam penelitian ini melakukan wawancara dengan tujuh mahasiswa Ilmu komunikasi universitas Budddhi Dharma yang relevan dengan penelitian ini dan Observasi dengan melihat akun Instagram *@Abouttng* sebagai instrument untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap akun tersebut, menganggapnya efektif dalam menyediakan informasi yang cepat, akurat, dan relevan. Akun @Abouttng tidak hanya berperan sebagai sumber informasi yang terpercaya, tetapi juga sebagai platform interaktif yang memfasilitasi pertukaran informasi antara pengikutnya. Mahasiswa merasa bahwa akun ini memenuhi kebutuhan informasi mereka, terutama terkait berita terbaru, lalu lintas, bencana alam, dan budaya lokal Tangerang. .Peneliti dapat menyimpulkan bahwa akun Instagram *@Abouttng* berperan penting sebagai sumber informasi bagi mahasiswa ilmu komunikasi Buddhi Dharma.

Kata Kunci : *Persepsi, Kebutuhan Informasi, Instagram, media sosial*

ABSTRACT

People need information in their lives, the presence of social media can make it easier for people to find information. By simply using gadgets and the touch of a finger, information can be easily obtained without any limitations of space and time. This study aims to determine how students perceive the Instagram account @Abouttng in meeting information needs. The method used in this study is Descriptive. And the approach in this study is Qualitative descriptive. By using the Uses & Gratification theory to analyze which includes cognitive, affective, personal integrative, and social needs. put forward by Blumer and Katz In this theory emphasizes that media users play an active role in choosing and using the media. In this study, interviews were conducted with seven Budddhi Dharma University Communication Science students who were relevant to this study and Observations by looking at the Instagram account @Abouttng as an instrument for collecting data. The results showed that the majority of students had a positive perception of the account, considering it effective in providing fast, accurate, and relevant information. The @Abouttng account not only acts as a trusted source of information, but also as an interactive platform that facilitates the exchange of information between its followers. Students feel that this account meets their information needs, especially related to the latest news, traffic, natural disasters, and local culture of Tangerang. .Researchers can conclude that the Instagram account @Abouttng plays an important role as a source of information for Buddhi Dharma communication science students.

***Keywords** : Perception, Information Needs, Instagram*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN JUDUL DALAM
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI i
SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK vii
***ABSTRACT* ..... viii**
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Belakang 1
1.2 Rumusan masalah 4
1.3 Tujuan 4
1.4 Manfaat penelitian 4
1.4.1 Manfaat teoritis 4
1.4.2 Manfaat praktisi 4
1.5 Kerangka Konseptual 4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1 Kajian penelitian terdahulu 6
2.2 Kerangka teoritis 9
2.2.1 Persepsi 9
2.2.1.1 Proses persepsi 9
2.2.2 Kebutuhan informasi 10
2.2.3 Instagram 11
2.2.3.1 Fitur – fitur Instagram 12
2.3 Teori *Uses and Gratification* 12

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 14
3.1 Pendekatan Penelitian..... 14
3.2 Metode Penelitian..... 14
3.3 Subjek Dan Objek Penelitian..... 15
3.3.1 Subjek Penelitian..... 15
3.3.2 Objek Penelitian 15
3.4 Populasi Dan Sampel..... 15
3.4.1 Populasi..... 15
3.4.2 Sampel 15
3.5 Teknik Pengumpulan Data 16
3.5.1 Wawancara..... 16
3.5.2 Observasi..... 17
3.6 Teknik Analisis Data 17
3.7 Lokasi Dan Waktu Penelitian 18
3.7.1 Lokasi Penelitian 18
3.7.2 Waktu penelitian..... 18
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 19
4.1 Gambaran Umum objek penelitian 19
4.2 Hasil Penelitian 19
4.2.1 Fitur Instagram Yang digunakan *@Abouttng* 20
4.2.2 Kebutuhan Informasi 26
4.2.3 Proses Persepsi 29
4.3 Pembahasan 31
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 34
5.1 Kesimpulan 34
5.2 Saran..... 35
DAFTAR PUSTAKA..... 36
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 38
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 tabel Jadwal kegiatan..... 18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar Kerangka Konseptual 5
Gambar 4. 1 Logo @Abouttng 19
Gambar 4. 2 Postingan Abouttng 20
Gambar 4. 3 Cerita Abouttng 22
Gambar 4. 4 IGTV Abouttng 23
Gambar 4. 5 Direct messaging Abouttng 25

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
UBD

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Belakang

Media sosial sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Media sosial berkembang pesat dari tahun ke tahun, mulai dari media konvensional hingga menjadi era digital media sosial lah yang menjadi populer di kalangan masyarakat. Media sosial hadir diberbagai platform yang bisa memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi jarak jauh. Masyarakat membutuhkan informasi dalam kehidupannya, hadirnya media sosial dapat mempermudah masyarakat untuk mencari informasi. Dengan hanya menggunakan gawai dan sentuhan jari informasi dengan mudah didapatkan tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Sebelum adanya media sosial masyarakat mencari informasi melalui media cetak dan elektronik berupa koran, majalah, televisi dan radio. Kini masyarakat lebih memilih media sosial yang dapat menyajikan berita secara cepat dan dapat diakses dengan adanya jaringan internet. Meskipun video yang disajikan hanya berupa video pendek, namun masyarakat lebih tertarik dibandingkan dengan harus menonton televisi. Melalui media sosial khalayak bebas menentukan pilihan informasi yang akan dikonsumsinya, bebas memilih dengan siapa mereka akan berinteraksi, bebas memilihapa yang akan mereka bagikan. Berbeda dengan media konvensional yang pola komunikasinya hanya searah dan tidak ada interaksi langsung, khalayak cenderung pasif dalam menerima informasi dan tidak memiliki pilihan informasi yang dibutuhkan sesuai keinginannya (Febriana, 2018:10).

Seperti yang kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, persepsi membentuk pemahaman terhadap informasi yang disampaikan oleh orang lain. Pada saat yang bersamaan, komunikasi memengaruhi persepsi kita terhadap situasi dan orang lain. Menurut Julia T. Wood dalam buku komunikasi interpersonal (2013, 70) persepsi adalah proses aktif untuk menciptakan makna dengan cara menyeleksi, menyusun, dan menginterpretasikan manusia, objek, peristiwa, situasi, atau fenomena lainnya.

Manusia mengandalkan informasi untuk memenuhi berbagai kebutuhannya seperti menambah pengetahuan, meningkatkan keterampilan, mengurangi ketidakpastian, memperoleh kepuasan dan lain sebagainnya. Secara umum kebutuhan informasi adalah sesuatu yang harus dimiliki atas dasar kepentingans interpersonal. Menurut Ishak (2006:91) kebutuhan informasi timbul ketika pengetahuan yang dimiliki seseorang kurang dari yang dibutuhkan, sehingga mendorong untuk mencari informasi (Ishak dalam Hanafi: 2018). ada berbagai macam dalam penggunaan media sosial, selain menjadi media hiburan media sosial juga dapat mencari atau memenuhi kebutuhan informasi.

Media sosial dimulai pada 24 Mei 1844 yang masih berupa serangkaian titik dan garis elektronik yang diketik pada mesin telegraf. Samule morse lah yang mengirim pesan pertama ke publik. Lalu pada tahun 1969 *Advanced Research Projects Agency Network* (Arpanet) menjadi pencetus internet modern. Jaringan digital yang saling berhubungan antara perangkat lunak, perangkat keras dan data yang lainnya. (Idriz,2021)

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunanya bersosialisasi, berbagi informasi, dan berinteraksi satu sama lain. Media sosial memainkan peran penting dalam masyarakat modern, mengubah cara kita berkomunikasi, belajar, dan bekerja. Nasrullah Memberikan pengertian tentang media sosial dari para ahli. Shirky (2008) mengatakan bahwa media sosial adalah perangkat lunak sosial yang merupakan media untuk mengingkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, berkeja sama di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangkan institusional maupun organiasi (2015:10).

Instagram adalah platform media sosial berbagi foto dan video yang didirikan pada Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Sebelumnya, mereka mengerjakan proyek bernama Burbn, sebuah aplikasi berbasis lokasi untuk berbagi foto. Namun, setelah menerima masukan dari pengguna yang menekankan fitur berbagi foto, kami memutuskan untuk mengembangkan Instagram dengan fokus ini. Instagram secara resmi diluncurkan pada bulan April 2012 dan dengan cepat menjadi sangat

populer. Salah satu fitur utamanya adalah kemampuan untuk mengedit dan berbagi foto menggunakan berbagai filter untuk memberikan sentuhan artistik pada gambar Anda. Berikan pengguna cara yang kreatif dan menarik untuk berbagi momen dalam hidup mereka.

Akun Instagram *@Abouttng* menyajikan informasi yang terjadi disekitar daerah Tangerang dengan foto atau pun video yang diupload melalui sosial media Instagram. Akun Instagram ini sudah dibuat sejak tahun 12 November 2014. Saat ini akun *@Abouttng* sudah mempunyai 1,2 Juta followers dan 53 Ribu postingan. Akun ini menyajikan beragam informasi. Dimulai dari informasi harian, politik, ekonomi, kuliner sampai pariwisata yang ada di Tangerang. Selain itu warga Tangerang bisa memberi atau mencari informasi kriminal ataupun kehilangan yang telah terjadi di daerah Tangerang. Informasi pada akun *@Abouttng* ini didapatkan dari hasil laporan warga Tangerang yang berada di lokasi kejadian yang biasanya akan di unggah di feed Instagram atau pun unggahan story Instagram.

Alasan pemilihan judul ini karena akun Instagram *@Abouttng* merupakan salah satu akun kesukaan dalam mencari informasi di daerah Tangerang. dibandingan dengan akun lainya seperti *abouttngid* yang memiliki 299Rb Pengikut dan Tangerangfolks yang memiliki 131Rb pengikut , abouttng memiliki lebih banyak pengikutnya yaitu 1,2Jt pengikut. *@Abouttng* menyebarkan informasi melalui media sosial yang akan lebih cepat sampai ke masyarakat. Dalam penelitian ini penulis akan mencari tahu bagaimana persepsi mahasiswa Universitas Buddhi Dharma terhadap akun Instagram *@Abouttng* dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Dalam penelitian ini berfokus pada akun Instagram *@Abouttng* yang dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Terpilihnya akun Instagram *@Abouttng* ini dikarenakan akun ini salah satu yang terpopuler di Tangerang, dengan cara menyebarkan informasi yang terbaru atau terhangat yang terjadi di daerah Tangerang.

Dan terpilihnya program studi ilmu komunikasi universitas Buddhi Dharma karena didalam program studi ini ada konsentrasi *mass media* yang tentunya juga belajar bagaimana mencari sebuah informasi untuk di sebarkan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk megkaji permasalahan diatas lebih

mendalam dengan judul “persepsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi universitas buddhi dharma mengenai akun instagram @abouttng dalam kebutuhan informasi”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang telah ada, maka fokus rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana persepsi mahasiswa program studi ilmu komunikasi terhadap akun Instagram *@abouttng*?

1.3 Tujuan

Dengan penjelas yang ada diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis persepsi mahasiswa ilmu komunikasi universitas Budhhi Dharna 2020 terhadap *@Abouttng* dalam memanfaatkan media sosial Instagram dan menyebarkan informasi pada mahasiswa.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

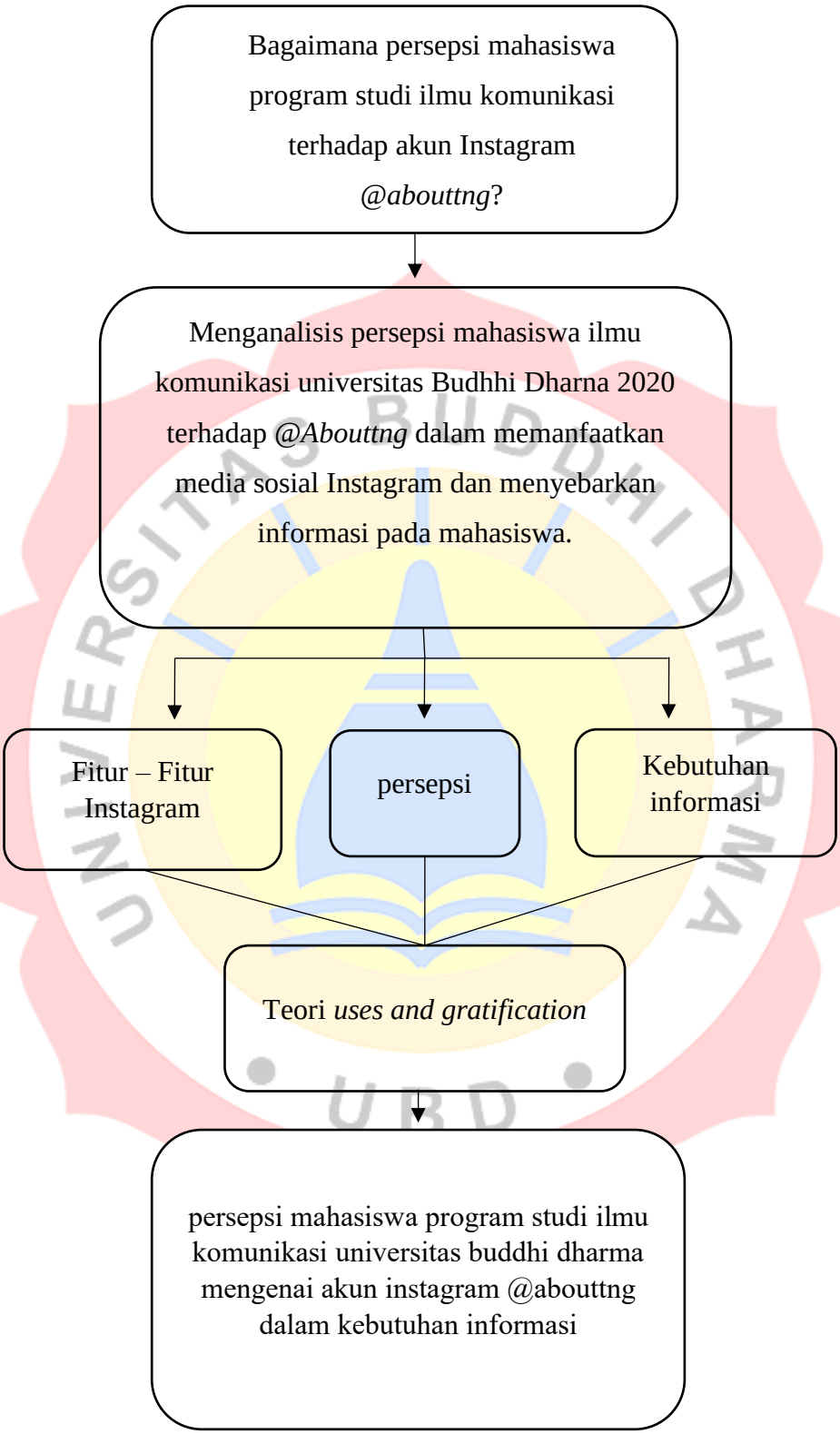
1.4.1 Manfaat teoritis

Manfaat teoritis, dalam penelitian ini penulis berharap memberikan kontribusi ilmiah dalam kajian tentang Efektifitas penggunaan Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasi (studi deskriptif kualitatif pada @Abouttng) penulis berharap, hasil riset ini dapat mampu menyediakan referensi baru tentang media sosial Instagram.

1.4.2 Manfaat praktisi

Manfaat praktis, dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat melalui analisis yang telah di paparkan, oleh pihak yang berkerja dalam organisasi yang bersangkutan, dan masyarakat untuk mempunyai bahan bacaan ataupun bahan diskusi dan bisa menambah wawasan.

1.5 Kerangka Konseptual



Gambar 1. 1 Gambar Kerangka Konseptual

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperbanyak informasi untuk mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai acuan untuk memperkaya bahan kajian penulis. Berikut penelitian yang sejenis dan mirip dengan penelitian ini Dan penulis menjadikannya acuan dalam penulisan yaitu berupa skirpsi dan jurnal. Berikut adalah pemaparan hasil penelitian terdahulu berupa **Skripsi**.

Pertama yakni dari Oscar Geoffrey Jonanca, Universitas Medan Area tahun 2023 dengan judul **"Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Di Media Sosial Instagram Medantalk"**. Dalam skripsi ini membahas persepsi mahasiswa terhadap berita di media sosial Instagram MedanTalk. Penelitian dilakukan mulai bulan Januari sampai dengan Februari 2022. Dan bertempatkan di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Medan Area, Jalan Kolam Nomor 01, Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Deli Serdang, Sumatera Utara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik. Data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivisme, di mana data penelitian berupa angka-angka yang diukur menggunakan statistik untuk menghasilkan kesimpulan. Data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumbernya, sedangkan data sekunder merupakan data yang telah ada sebelumnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan metode Likert Summated Rating (LSR) menggunakan skala interval. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area memiliki pengaruh positif terhadap berita di media sosial Instagram MedanTalk. Koefisien korelasi yang tinggi menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel tersebut. Perbedaan pada penelitian ini adalah objek penelitian dan jenis penelitian.

Kedua yakni dari Ester vivi anuggrahani, universitas Kristen satya wacana tahun 2020 dengan judul **"persepsi pengguna Instagram terhadap akun media sosial Instagram *@Exploretemanggung*"**. Dalam skripsi ini membahas bagaimana menjelaskan persepsi *followers explore* Temanggung terhadap akun *@Exploretemanggung*. Penelitian ini menggunakan Penelitian Kualitatif. Lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti merupakan lokasi yang tidak terbatas ruang dan waktu karena lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah internet terlebih khususnya pada media sosial. Sumber data yang diambil adalah Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan, dengan menggunakan metode wawancara kepada narasumber (Pengguna Instagram yang aktif dalam memberikan respon terhadap akun exploretemanggung). Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur-literatur yang berkaitan dengan pokok permasalahan, dengan cara melakukan studi kepustakaan (*library study*). Dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara. Kesimpulan dari skirpsi ini adalah Persepsi followers terhadap akun "Explore Temanggung adalah akun Explore Temanggung merupakan akun yang informatif, menarik, dan bermanfaat bagi followersnya. Akun Explore Temanggung memenuhi motif informasi bagi pengikutnya karena setiap informan menyataka bahwa mereka medapatkan wawasan yang baru melalui foto, video atau caption yang dipost oleh akun Explore Temanggung. Pesan yang disampaikan sudah sangat efektif, hal ini juga merupakan salah satu faktor informan memiliki persepsi yang sama. Perbedaan pada skirpsi ini adalah objek penelitian.

Selanjutya pemaparan penelitian terdahulu yang memiliki kedekatan dengan penelitian ini berupa jurnal, sebagai berikut :

Jurnal pertama, dari Asriyani Sagiayanto dan Nada Rosdiana Nasution, dengan nama jurnal jurnal ilmiah komunikasi, vol. 4, No. 1,April 2023, PP. 30 - 38 dengan judul **"diseminasi informasi akun *@Abouttng* dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat kabupaten Tangerang"**. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses diseminasi informasi yang di lakukan oleh akun *@Abouttng* dan juga untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Kabupaten Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik

pengumpulan data wawancara mendalam dan juga observasi, teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, teknik dan teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses diseminasi informasi melalui beberapa tahap diantaranya mencari informasi, melakukan pengecekan ulang terhadap informasi, dan melakukan penyebaran informasi. untuk kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Kabupaten Tangerang yaitu informasi kuliner, wisata, dan harian. Perbedaan dari jurnal ini adalah dalam jurnal ini membahas tentang bagaimana proses diseminasi informasi yang di lakukan oleh akun *@Abouttng*.

Kedua dari nurul sakinah dan abdul karim batubara, dengan nama jurnal Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal, Vol. 5, No. 1, Juni 2023 yang berjudul **"peran medantalk dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat kota medan"**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh penggunaan media online terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada followers akun instagram @medantalk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan data primer dengan mendapat data melalui penyebarkan kuesioner yang berisikan beberapa pernyataan yang ditujukan kepada 100 responden followers akun instagram @medantalk secara online dan jugamenggunakan data sekunder sebagai data- data pendukung seperti buku, jurnal, dan website terpecaya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan dideskripsikan, diketahui bahwa adanya pengaruh penggunaan media online platform akun instagram @medantalk terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, sesuai dengan hipotesis (Ha) diterima. Perbedaan pada jurnal ini adalah objek penelitian.

Ketiga dari Chairil nur siregar dan Sutiadi rahmansyah, dengan nama jurnal sosioteknologi, Vol. 18, No. 3, Desember 2019 dengan judul **"Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Implementasi Program Jabar Digital Dalam Akun Instagram Ridwan Kamil Sebuah Kajian Sosio-Digital"**. Artikel ini bertujuan untuk mengungkap persepsi dan partisipasi masyarakat terhadap implementasi program Jabar Digital melalui akun resmi gubernur Jawa Barat periode 2018-2023, Ridwan Kamil, di Insta gram @ridwankamil. Metode yang digunakan

adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang digunakan terdiri 20 gambar yang diunggah oleh Ridwan Kamil berkaitan dengan program Jawa Barat Digital dari Januari hingga Mei 2019. Dari 20 data tersebut, dua buah gambar dijadikan sampel dalam penelitian ini. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan jumlah dan relevansi data tentang persepsi dan partisipasi masyarakat Jawa Barat. Komentar masyarakat dalam kedua unggahan ini berjumlah 1.666 (seribu enam ratus enam puluh enam). Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak masyarakat berpersepsi positif terhadap program Jabar Digital dan masyarakat mau berpartispasi dan berperan serta dalam program tersebut. Perbedaan dengan jurnal ini adalah objek penelitian.

2.2 Kerangka teoritis

2.2.1 Persepsi

Secara sederhana persepsi adalah ketika individu memahami sesuatu atau memberikan informasi tentang suatu stimulus. Persepsi juga berarti proses memahami atau memahami informasi tentang suatu stimulus. Gairah yang dihasilkan dari pendeteksian objek, peristiwa, atau hubungan antar gejala kemudian diproses oleh otak. Melalui kesadaran ini, proses kognitif dimulai. Persepsi ini memulai proses kognisi. tentunya ada persepsi ketika berkomunikasi. Tanda persepsi, komunikasi yang efektif mungkin terjadi. Persepsi sangat penting ketika memilik pesan dan mengabaikan. Komunikasi tidak dapat berjalan efektif apabila persepsi tidak ada. Persepsilah yang menentukan dalam memilih pesan dan mengabaikan pesan yang lainnya. (2022: 13)

2.2.1.1 Proses persepsi

Dalam buku Persepsi, sikap, dan prasangka dalam komunikasi antarbudaya susan dan shelly mengatakan persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap informasi. Proses ini tersusun ke dalmstruktur dan pola tertentu, kemudia ditafsirkan berdasarkan pengalam kita

1. Seleksi

   Seleksi merupakan bagian pertama proses persepsi dimana setiap orang akan memusatkan perhatiannya pada informasi sensorik tertentu yang masuk. Pikiran tentang bagaiman anda menghadapi begitu banyak rangsangan yang mungkin anda

harus perhartikan. Kita juga cenderung memperhatikan informasi yang menonjol (salience). Salience adalah sejauh mana sesuatu itu (Baik berupa konsep yang abstrak) atau benda yang menarik perhatian kita dalam konteks tertentu.

2. Pengorganisasian

   Pengorganisasian adalah bagian kedua dari proses persepsi di mana kita mengurutkan dan mengkatergorikan informasi yang kita anggap perlu berdasarkan pola kognitif yang terlahir dan dipelajari.

3. Interpretasi

   Interpretasi adalah proses persepsi yang lebih disengaja dan sadar. Interpretasi membuat kita mampu memberikan makna terhadap pengalaman kita dalam menggunakan struktur mental.

2.2.2 Kebutuhan informasi

Terdapat empat pendekatan yang menjelaskan kebutuhan informasi pengguna media sosial. Pendekatan ini dikemukakan oleh Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Helen, Farid: 2016), yaitu:

1. *Current Need Approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna media yang mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuannya.
2. *Everyday Need Approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang membutuhkan informasi secara cepat, spesifik, dan rutin.
3. *Exhaust Need Approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung terhadap informasi yang diperlukannya.
4. *Catching-up Need Approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna yang mencari perkembangan terbaru pada suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam melakukan identifikasi kebutuhan informasi, terdapat tiga faktor yang harus di penuhi, yaitu (2008: 10);

1. Lengkap, artinya semua informasi yang diharapkan didapatkan oleh pihak yang melakukan identifikasi
2. Detail, adalah informasi yang terkumpul rinci sampai ke hal-hal yang kecil

3. Benar, yaitu semua data yang diperoleh harus benar, bukan berarti menurut identifikator tetapi benar dan sesuai dengan apa yang dimaksud (Sankarto dalam margareta: 2019).

2.2.3 Instagram

Dalam webnya Darestuti menjelaskan bahwa Instagram pertama kali diluncurkan pada 6 Oktober 2010 lalu. Instagram sendiri lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc, yang didirikan oleh Kevin Systrom serta Mike Krieger. Ketika pertama kali diluncurkan, Instagram hadir sebagai inovasi terbaru dalam jejaring sosial berbasis foto serta video, hingga Instagram pun dapat menjadi sangat populer hingga kini. Kevin Systrom dan Mike Krieger adalah lulusan Stanford University, Amerika Serikat. Systrom sendiri memiliki pengalaman bekerja di Google dan juga Twitter (dulu Odeo), yang mana pengalaman tersebut dijadikannya sebagai bekal dalam mengembangkan usaha sendiri, hingga akhirnya keduanya mulai mengembangkan Burbn. awalnya Burbn merupakan proyek pengembangan aplikasi yang berbasis lokasi, serta dipadukan fotografi mobile. Dibuatnya aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk bisa berbagi foto dan juga melakukan check in di lokasi yang sedang dikunjungi. Namun Systrom merasa kalau aplikasi yang sedang dikembangkannya tersebut mirip dengan aplikasi berbagi lokasi lain yang sudah populer sebelumnya yaitu Foursquare. Hingga akhirnya, keduanya memutuskan mulai fokus mengembangkan sebuah aplikasi untuk berbagi foto serta video, yang juga memiliki fitur berupa ‘likes’ serta ‘comments’. Dan diberi nama Instagram. Nama Instagram diambil dari kata ‘insta’ atau ‘instan’ dan ‘gram’. ‘Insta’ atau ‘instan’ ini awalnya terinspirasi dari kamera polaroid yang juga terkenal sebagai kamera atau foto instan. Serupa dengan kamera polaroid, Instagram pun dapat menampilkan foto dengan instan. Sedangkan kata ‘gram’ diambil dari ‘telegram’ yang mampu mengirimkan informasi pada orang lain dengan waktu yang singkat. Begitupun Instan, yang juga dapat mengirimkan foto pada pengguna lainnya secara cepat, cukup dengan memanfaatkan jaringan internet (Darestuti, 2022).

2.2.3.1 Fitur – fitur Instagram

Instagram memiliki beragam fitur yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan mengekspresikan diri secara kreatif. Berikut adalah beberapa fitur utama yang tersedia di Instagram:

1. Postingan merupakan salah satu fitur utama Instagram yang memungkinkan pengguna membagikan konten berupa foto dan video secara permanen di profilnya. Konten yang dibagikan di feed Anda muncul di halaman beranda pengikut Anda dan di halaman profil pengguna Anda.
2. Instagram Stories adalah fitur di Instagram yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video dalam jangka waktu terbatas selama 24 jam. Cerita-cerita ini muncul di bagian atas halaman beranda pengguna dan di profil pengguna, dengan lingkaran berwarna di sekitar foto profil mereka.
3. IGTV (Instagram TV) adalah platform video vertikal yang diluncurkan oleh Instagram yang memungkinkan pengguna mengunggah dan menonton video berdurasi lebih panjang dibandingkan dengan batasan video di feed dan Stories Instagram.
4. *Direct Messaging* (DM) di Instagram adalah fitur yang memungkinkan pengguna mengirimkan pesan pribadi secara langsung ke satu atau beberapa pengguna lain. DM memungkinkan komunikasi satu lawan satu atau kelompok, namun pesan ini tidak dipublikasikan.

2.3 Teori *Uses and Gratification*

Teori milik Blumer dan Katz ini menekankan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Menurut Katz et.al alasan khalayak menggunakan media sebagai berikut :

1. Motif kebutuhan Kognitif

   Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.

2. Motif kebutuhan afektif

   Kebutuhan ini berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.

3. Motif kebutuhan intergratif Pribadi

   Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.

4. Motif kebutuhan intergratif Sosial

   Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontrak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafilitasi. Dari keempat kategori tersebut berperan untuk pemenuhan kebutuhan yang termasuk di dalam media dan menjelaskan sebagai adanya keselaran dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

Oleh karena itu, Ketika indikator media selaras dengan kepentingan masyarakat, kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Pada tahap ini, kita dapat berasumsi bahwa media sosial berfungsi dengan baik dan memberikan informasi. Media sosial Instagram adalah media yang mempunyai peranan penting untuk menjadi sarana mencari informasi. Seperti pada akun media sosial Instagram *@Abouttng*.

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Bongdan dan Taylor dalam buku penelitian kualitatif menyatakan bahwa metodologi penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang atau perilaku yang diamati (2020: 4).

Alasan pemilihan pendekatan kualitatif ini adalah karena penelitian kualitatif ini fleksibel peneliti dapat menyesuaikan pertanyaan penelitian dan metode pengumpulan data selama penelitian berlangsung, sesusai dengan temuan dan situasi yang muncul. Metodologi ini juga memberikan pemahan tentang konteks sosial dan budaya di mana fenomena terjadi. Ini penting untuk mempengaruhi perilaku, sikap, dan persepsi.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah Deskriptif. Metode penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Hardani dalam buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (2020: 54).

Penelitian ini menggunakan deskriptif karena Metode ini sangat cocok untuk fenomena yang belum banyak diteliti, karena dapat memberikan pemahaman luas tentang karakteristik, jenis, serta pola- polanya. Kelebihan lain dari deskriptif adalah teknik yang cukup sederhana dan cenderung fleksibel, karena dapat menggunakan bervari data primer: wawancara atau observasi.

3.3 Subjek Dan Objek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati sebagai sasaran dalam penelitian. Dalam penelitian ini subjeknya adalah konten dari akun Instagram *@Abouttng* dan mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Buddhi Dharma 2020 yang memfollow akun Instagram *@Abouttng*.

Informan dari penelitian ini adalah mahasiswa universitas Buddhi Dharma 2020 yang mengikuti akun Instagram *@Abouttng* yaitu :

1. Alvian
2. Nelsen Ivender
3. Thanivia
4. Devi Permata
5. Eduard Halawa
6. Okta Riadys
7. Lia Candriani

3.3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah fenomena, peristiwa, konsep, atau masalah spesifik yang menjadi fokus utama dari penelitian. Objek dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi terhadap konten yang ada di media sosial akun Instagram *@Abouttng*.

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan situasi sosial yang terdiri dari atas tiga elemen yaitu : tempat, pelaku, dan aktifitas (2017:91). Dalam penelitian ini populasi/situasi sosialnya adalah mahasiswa ilmu komunikasi universitas Buddhi Dharma tahun 2020.

3.4.2 Sampel

Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sampel dalam

penelitian kualitatif, juga bukan disebut sampel statistic, tetapi sampel teoritis, karena tujuan penelitia kualitatif adalah mengasilkan teori.

Teknik sampeling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan adalah Nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota untuk dipilih menjadi sampel (2017: 94). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi universitas Buddhi Dharma tahun 2020 yang mengikuti akun Instagram *@Abouttng*.

Dalam penelitian kualitatif teknik sampling yang sering duganakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahun tentang apa yang kita harapkan sehingga akan memudahkan peneliti untuk menjelajahi situasi sosial yang diteliti (2017: 95).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data Wawancara dan Obervasi.

3.5.1 Wawancara

Menurut Esterberg dalam buku metode penelitian kualitatif mengatakan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik (2017: 114).

Wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagi teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpulan data telah menyiapkan instrument peneleitan berupa pertanyaan – pertanyaan tertulis yang alternatif

jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpulan data mencatatnya (2017: 115).

3.5.2 Observasi

Nasution menyatakan bahwa, observasi adalh dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat berkerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi (2017: 106).

Dalam penelitian ini observasi yang digunakan adalah observasi tak berstruktur. Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan tidak berstruktur, karena fokus penelitian belum jelas. Fokus observasi akan berkembang selama kegiatan observasi berlangsung. Dalam penelitian ini yang akan di observasi adalah konten, interaksi, audiens, dan tren.

3.6 Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman dalam buku metode penelitian kualitatif. analisis dibagi dalam empat alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Keempat alur tersebut adalah (1) Pengumpulan data, (2) Reduksi Data, (3) Penyajian Data, dan (4) penarikan kesimpulan :

1. Pengumpulan data

   Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi atau gabungan dari ketiganya. Pengumpulan data dilakukan berhari – hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak.
2. Reduksi data

   Mereduksi data berati merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan dat selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.
3. Penyajian data

   setelah data direduksi, maka lagkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif , penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat,

bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

4. Penarikan kesimpulan

   Langkah ke empat dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

3.7 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Buddhi Dharma yang berada dijalan Imam Bonjol, Karawaci, Tangerang, 15115. Ada beberapa falkutas di Universitas Buddhi Dharma yaitu ada Falkutas Sosial & Humaniora, Falkutas Bisnis, dan Falkutas sains & teknologi. Penelitian ini dilakukan di falkutas Sosial & Humaniora, denga jurusan Ilmu Komunikasi.

3.7.2 Waktu penelitian

Penelitian ini membutuhkan waktu 4 bulan, dimulai dari bulan April 2024 hingga Juli 2024.

No	Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul				
2	Pengerjaan Bab 1				
3	Pengerjaan Bab 2				
4	Pengerjaan Bab 3				
5	Pengerjaan Bab 4 dan Pedoman wawancara				
6	Pengerjaan Bab 5				

Tabel 3. 1 tabel Jadwal kegiatan