

SKRIPSI

**STRATEGI PENYAJIAN INFORMASI VIRAL DI *INSTAGRAM*
PAREPARE INFO DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK**



OLEH

**MUH SYUKUR
NIM: 17.3600.009**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2023M/1445H

**STRATEGI PENYAJIAN INFORMASI VIRAL DI INSTAGRAM
PAREPARE INFO DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK**



Oleh

**MUH SYUKUR
NIM: 17.3600.009**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) pada Program Studi Pendidikan Agama Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2023M/1445H

**STRATEGI PENYAJIAN INFORMASI VIRAL DI INSTAGRAM
PAREPARE INFO DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)**

OLEH

**MUH SYUKUR
NIM: 17.3600.009**

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2023M/1445H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Muh Syukur
Judul Skripsi : Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram*
Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik
Nomor Induk Mahasiswa : 17.3600.009
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Jurnalistik Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : B-118/In.39.7/PP.00.9/03/2021

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Muhammad Haramain, M.Sos.I (.....)
NIP : 19840312201503003
Pembimbing Pendamping : Nahrul Hayat, M.I.Kom (.....)
NIP : 199011302018011001

Mengetahui :

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP. 19641231 199203 1 045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram*
Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik

Nama Mahasiswa : Muh Syukur

Nim : 17.3600.009

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Jurnalistik Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : B-118/In.39.7/PP.00.9/03/2021

Tanggal Kelulusan : 23 Februari 2023

Disahkan Oleh Komisi Penguji :

Muhammad Haramain, M.Sos.I (Ketua)

Nahrul Hayat, M.I.Kom (Sekertaris)

Prof, Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. (Anggota)

Nurhakki, S.Sos.,M.Si (Anggota)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP. 19641231 199203 1 045

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah swt yang telah memberikan petunjuk serta rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Sosial” (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah “Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Salawat dan salam tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad saw., keluarga dan para sahabatnya, sebagai teladan dan semoga senantiasa menjadikannya yang agung di semua aspek kehidupan.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Cipa dan Ayahanda Sakka dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya. Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Muhammad Haramain, M.Sos.I dan Bapak Nahrul Hayat, M.I.Kom selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

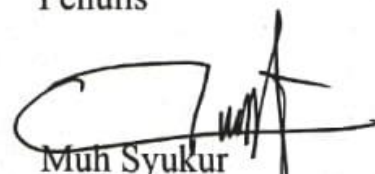
1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag., sebagai rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah pendidikan di IAIN Parepare.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare, Bapak Dr. A. Nurkidam, M. Hum dan Ketua Program Studi bapak Nahrul Hayat, M.I.Kom yang senantiasa memberikan dorongan kepada mahasiswa binaannya agar memiliki motivasi belajar.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengajari dan membagi ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan di IAIN Parepare.

4. Bapak/Ibu dosen dan staf pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu untuk masa depan penulis.
5. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. Narasumber bapak Najib selaku pimpinan direktur Parepare info bapak admin Muhammad Husni Maulana serta followers pare2 info St.suhaila, yang telah bersedia dan meluangkan waktunya menjadi informan dalam penulisan skripsi ini.
7. Terima kasih juga buat keluarga saya yang sampai sekarang ini yang selalu mendukung dan mendoakan penulis tanpa henti serta teman-teman seperjuangan di Jurnalistik Islam beserta seluruh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare untuk bantuan dan kebersamaan selama penulis menjalani studi di IAIN Parepare.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 02 Februari 2023

Penulis



Muh Syukur
Nim. 17.3600.009

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh Syukur
Nim : 17.3600.009
Tempat/tanggal lahir : Bakaru, 31 Mei 1999
Program Studi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare
Info Dalam Membentuk Opini Publik

Menyatakan dengan sebenarnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil dari karya diri sendiri. Apabila ada dikemudian hari terbukti dan dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau hasil karya oleh orang lain kecuali tulisan sebagai bentuk acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim, maka saya bersedia menerima saksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 02 Februari 2023

Penulis



MUH SYUKUR
17.3600.009

ABSTRAK

Muh Syukur, Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik (dibimbing oleh Muhammad Haramain dan Nahrul Hayat).

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi penyajian informasi viral di *instagram* Parepare Info dan untuk mengetahui pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di media sosial *instagram*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dan dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisa induktif, artinya data yang diperoleh di lapangan secara khusus kemudian diuraikan dalam kata-kata yang penarikan kesimpulannya bersifat umum.

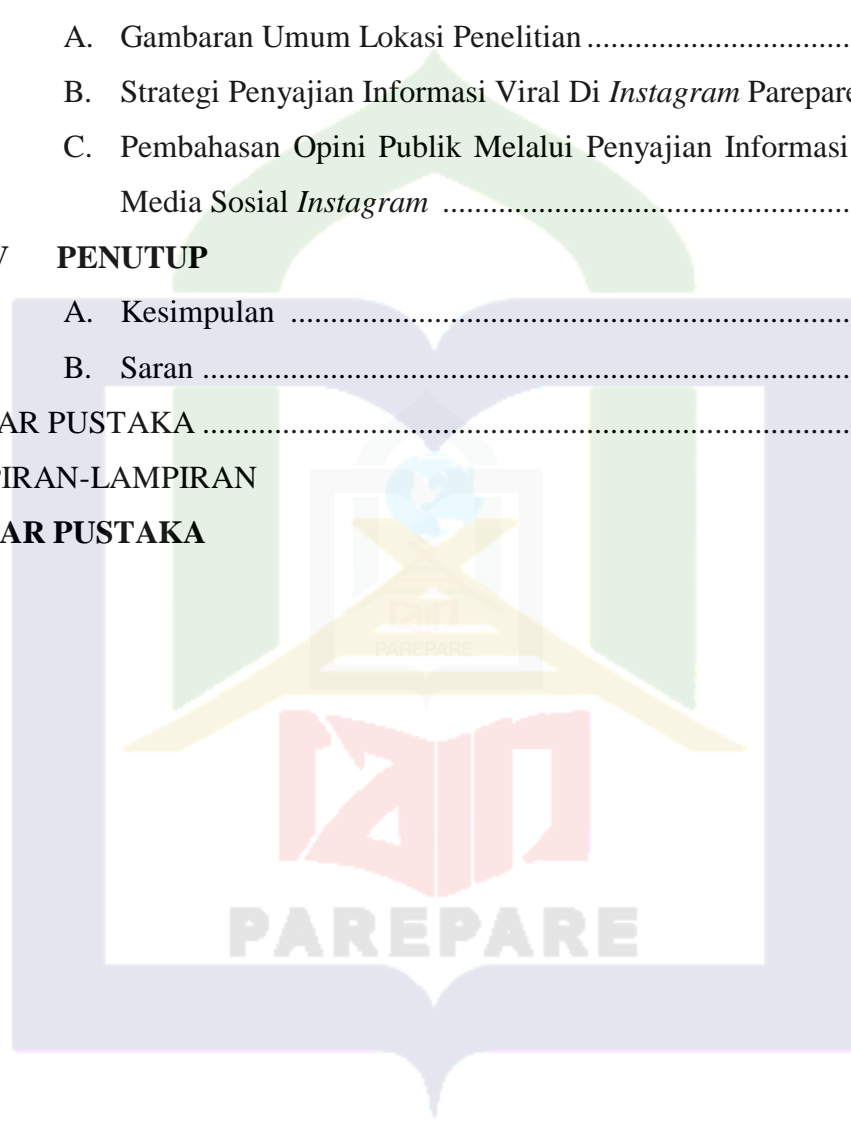
Hasil penelitian yang didapatkan yaitu strategi penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo ada 3 yaitu pertama mendapatkan informasi kemudian diolah lalu disampaikan (diposting), kedua disajikan di website Parepare informasi.com kemudian ketiga di *share* di *Instagram* dan *Facebook*. Dengan penggunaan 3 strategi ini menurutnya dengan cara itu berita-berita viral yang selalu posting akan lebih cepat tersampaikan kepada para khalayak. Namun ketika ada kiriman dari netizen contohnya seperti peristiwa kecelakaan tapi tetap digali info sebelum berita itu disajikan, apakah betul atau tidak. Sehingga berita-berita yang di sampaikan akun *Instagram* @parepareinfo itu semua benar dan tidak palsu. Sedangkan hasil penelitian kedua yaitu Pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di media sosial *Instagram* @parepareinfo yaitu tetap berpedoman dengan jurnalistik, yang digunakan Piramida terbalik, artinya digunakan judul yang menarik serta *caption* yang unik sehingga pembaca lebih cepat mengerti dan tertarik untuk membaca berita yang disajikan. Karena *instagram* @parepareinfo tidak asal menyebarluaskan berita karena *Instagram* @parepareinfo juga melihat bagaimana berita-berita yang menarik buat masyarakat (*followers*). Para *followers* juga bisa berpendapat pada postingan-postingan IG @parepareinfo terkait seputar yang di kota Parepare.

Kata Kunci: Strategi Penyajian Informasi, *Instagram*, Parepare Info, Opini Publik

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	6
B. Tinjauan Teori	7
1. Teori <i>agenda setting</i>	7
2. Strategi	12
3. Penyajian Informasi	15
4. Viral	15
5. <i>Instagram</i>	17
6. Opini Publik.....	20
C. Tinjauan Konseptual.....	23
D. Kerangka Pikir	25
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Fokus Penelitian	27

D. Jenis dan Sumber Data.....	27
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	29
F. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
B. Strategi Penyajian Informasi Viral Di <i>Instagram</i> Parepare Info.....	37
C. Pembahasan Opini Publik Melalui Penyajian Informasi Viral Di Media Sosial <i>Instagram</i>	53
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR PUSTAKA	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman manusia pun memanfaatkan kemajuan teknologi untuk berkomunikasi. Komunikasi terjadi karena adanya pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan kemudian dilanjut dengan adanya feedback dari komunikan sebagai timbal balik dari pesan komunikator. Seiring berjalannya waktu dan dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih maka komunikasi akan mudah dilakukan oleh-oleh khalayak. Belakangan ini muncul berbagai macam sosial media seiring dengan kemajuan teknologi seperti misalnya *instagram, twitter, facebook, bbm (blackberry messenger)* dan lain sebagainya, kemunculan berbagai macam sosial media ini dimanfaatkan oleh orang-orang yang berkepentingan dalam membentuk opini publik.

Istilah opini publik dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-individu. Menurut Santoso Sastropetro istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang¹

Di era globalisasi ini komunikasi menjadi lebih mudah dengan adanya kemajuan teknologi. Dengan adanya berbagai macam teknologi ini maka pesan yang akan disampaikan oleh komunikan akan lebih mudah dicerna dan lebih cepat

¹Santoso Sastropetro. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), h.49.

tersampaikan kepada komunikator. Dengan adanya Kemajuan teknologi ini ditandai dengan munculnya berbagai macam sosial media dikalangan para komunikan. Bahkan sosial media ini seperti jamur yang terus tumbuh setiap waktu dan semakin bertambah setiap waktu.

Maraknya sosial media ini dapat dimanfaatkan oleh para komunikator untuk kepentingan tertentu seperti menyampaikan informasi-informasi viral di *instagram* dalam bentuk opini publik. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Menurut Bambang *instagram* adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya².

Terkait pemberitaan pada sebuah media cetak, elektronik maupun online, ketiganya selalu menyajikan peristiwa hangat yang tengah terjadi di masyarakat atau berita berbentuk *feature* yang sifatnya tidak basi. Namun, di era dengan perkembangan komunikasi yang lebih modern ini, muncul *genre* berita baru dengan suguhan informasi yang lebih menarik, yaitu berita viral. Kata viral sendiri merupakan istilah baru yang di dunia maya yang menggambarkan penyebaran sebuah

² Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012), 10.

informasi melalui media online yang tersebar dengan cepat sehingga membuatnya populer dan menjadi perbincangan khalayak³. Dalam artian, bukan hanya berita-berita peristiwa saja yang dimuat namun juga sengaja mengangkat sebuah cerita yang saat itu tengah menjadi perbincangan di dunia maya.

Dalam melakukan penyajian informasi di media sosial, seorang *public relations* dituntut untuk memiliki strategi yang paling unggul melalui pendekatan kreatif dengan publiknya. Dengan rancangan strategi yang tepat, maka pesan yang dimuat pada penyajian informasi viral dapat tersampaikan sesuai dengan sasaran dan akan lebih unggul dari kompetitornya. Perancangan strategi penyajian informasi berita viral di *instagram* memiliki tujuan agar dapat terhubung dengan publik dengan menimbulkan minat dan kepercayaan terhadap sebuah instansi yang akan menciptakan berita yang baik. Berita-berita yang disampaikan oleh Instagram parepareinfo harus benar dan bukan berita yang palsu. Sebagaimana dalam QS. Al-ahzab (33):77 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُؤُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahannya :

“Hai orang-orang yang beriman, Bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”.

Allah Swt. memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman agar tetap bertakwa kepada-Nya dan menyembah-Nya dengan penyembahan sebagaimana seseorang yang melihat-Nya, dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang

³ Tom E. Rolnicki dkk, *Pengantar Dasar Jurnalisme: Scholastic Journalism*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), h.1.

benar, yang jujur, tidak bengkok, tidak pula menyimpang.

Penyajian dan penyebaran informasi viral begitu cepat sampai ke masyarakat, hal yang paling dekat mempengaruhi adalah keunikan berita. Berita akan semakin viral jika terus di *blow up* di media sosial karena yang menjadi tren saat ini adalah sosial, *share* dan *speed*. Berdasarkan permasalahan tersebut di atas. Penelitian ini akan menganalisa “Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis kemukakan di atas maka peneulis akan merumuskan pokok permasalahan dalam tulisan ini yaitu :

1. Bagaimana strategi penyajian informasi viral di *instagram* Parepare Info?
2. Bagaimana pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di media sosial *instagram*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui strategi penyajian informasi viral di *instagram* Parepare Info.
2. Mengetahui pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di media sosial *instagram*

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi penulis, mengingat penelitian ini sangat berkaitan erat dengan disiplin ilmu yang penulis pelajari yakni Jurnalistik Islam. Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan tentang Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik dan diharapkan dapat menjadi gambaran referensi data dan masukan sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai bahan masukan, perbandingan dan penerapan materi yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di tengah masyarakat. Hal ini dapat memperkaya wawasan peneliti.

b. Bagi Masyarakat

Hendaknya dapat dijadikan sebagai bahan acuan serta wacana guna mengetahui bagaimana Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian ini membahas tentang Strategi Portal Berita Tribun Timur.com dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak. Sumber dari penelitian yang penulis gunakan adalah kepustakaan yaitu terdiri dari beberapa referensi. Dimana referensi tersebut dijadikan sebagai bahan acuan yang berhubungan dengan skripsi yang ingin penulis teliti, adapun peneliti yang pernah meneliti sebelumnya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Syahrina Mutmainnah dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dengan penelitian judul “Strategi Penyajian Berita pada Portal Fajar Online.com”. berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap media tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama ini strategi dalam pemilihan isu yang diefektifkan pada pemilihan angle, strategi penempatan isu yang difokuskan pada dua hal yaitu isu penting dan menarik dan strategi pengembangan pemberitaan dengan memadukan berita konvensional dan *follow up news*. Strategi yang dilakukan redaksi fajaronline.com untuk menjaga keakuratan berita terkait kecepatan berita online yaitu dengan mengingatkan wartawan akan keakuratan berita, meningkatkan berita langsung pada intinya, memanfaatkan *share* ke media sosial dan

memberikan poin kepada wartawan untuk berita yang populer¹.

2. Penelitian Satria Sakti dari UIN Alauddin Makassar dengan judul penelitian “Strategi Portal Berita Tribun Timur.com dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak”. Hasil penelitian ini adalah penelitian ini fokus pada interaksi komunikasi massa yang sifatnya satu arah antar media massa kepada khalayak yang meliputi teknik peliputan dan penyajian informasi pada portal www.tribuntimur.com pemberitaan pada portal berita online www.tribuntimur.com cukup kredibel. Pengelolaan website berita yang professional, teknik peliputan dan penyajian berita memiliki gaya tersendiri dengan menentukan akurasi, kecepatan pemberitaan dan *responsive* oleh².

Persamaan skripsi tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengkaji strategi, sedangkan perbedaannya adalah objek dan lokasi penelitiannya.

B. Tinjauan Teori

1. Teori *Agenda Setting*

Teori *agenda setting* merupakan salah satu dari sekian banyak teori tentang efek media massa bagi khalayak, baik yang termasuk kategori teori klasik. Secara etimologi, pengertian *agenda setting* dapat dipahami sebagai pengaturan atau penyusunan agenda/acara/kegiatan. Hal ini sesuai dengan istilah yang

¹ Syahrina Mutmainnah, *Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.com*. (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, 2016).

² Satria Sakti, *Strategi Portal Berita Tribun Timur.com dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak*, (Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN ALauddin Makassar, 2014).

dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi Indonesia sebagai penentuan atau penyusunan agenda. Adapun pengertian agenda setting dalam istilah komunikasi adalah:

- a) Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw percaya bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mentransfer hal yang menonjol yang dimiliki sebuah berita dari *news* agenda mereka kepada *public* agenda. Pada saatnya, media massa mampu membuat apa yang penting menurutnya, menjadi penting pula bagi masyarakat³.
- b) Menurut Bernard C. Cohen *agenda setting theory* adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa.
- c) Stephan W. Littlejohn dan Karen A. Foss mengemukakan bahwa agenda setting theory adalah teori yang menyatakan bahwa media membentuk gambaran atau isu yang penting dalam pikiran. Hal ini terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita. Saluran berita sebagai penjaga gerbang informasi membuat pilihan tentang apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkannya. Apa yang masyarakat ketahui pada waktu

³ Nuruddin, *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

tertentu merupakan hasil dari penjagaan gerbang oleh media⁴.

- d) Syukur Kholil mengutip pendapat Samsudin A. Rahim mengemukakan bahwa *agenda setting* adalah peran media massa yang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pendapat dan perilaku masyarakat dengan menentukan agenda terhadap masalah yang dipandang penting⁵.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat dikemukakan bahwa *agenda setting theory* membicarakan tentang peran besar media massa dalam menentukan agenda orang-orang yang terkena informasi tersebut. Masyarakat menjadi terbiasakan dengan berita-berita yang disampaikan media, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam pergaulan sehari-hari. Berita atau informasi yang disampaikan media tersebut bukan saja hanya sebagai ilmu atau pengetahuan bagi masyarakat, tetapi bahkan bisa mengubah gaya hidup, perilaku, ataupun sikap masyarakat.

Teori *agenda setting* telah memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana media mempengaruhi khalayak. Dalam beberapa tahun terakhir, *agenda setting* telah memegang bahwa agenda-item media dianggap penting-identik dengan agenda publik, atau apa yang dianggap khalayak penting. *Agenda setting* memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa media mempunyai kemampuan

⁴ Littlejohn, S.W. dan Karen A.F. oleh Mohammad Yusuf Hamdan, *Theories of Human Communications*, 9 th ed Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika, 2009), h.416-417.

⁵ Kholil, S. *Komunikasi Islami*. (Bandung: Citapustaka Media, 2007), h.36.

mentransfer isu untuk memengaruhi agenda publik. Khalayak akan menganggap isu itu penting karena media menganggap isu itu penting juga.

Jadi, disini media memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan informasi serta memberikan efek mengenai informasi tersebut pada khalayak. Media massa disini memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian khalayak pada informasi yang disajikan⁶.

Stephen W. Littlejohn dan Karen Foss (2007) mengutip Rogers & Dearing mengatakan bahwa fungsi *agenda setting* merupakan proses linear yang terdiri dari tiga bagian:

- a) Agenda media itu sendiri harus disusun awak media.
- b) Agenda publik dalam beberapa hal mempengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau naruli publik terhadap kepentingan isu.
- c) Agenda kebijakan adalah apa yang dipikirkan para pembuat kebijakan publik dan privat penting atau pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting oleh publik.

Werner Severin dan James W. Tankard dalam buku *Communication Theories* (2005) menyampaikan dimensi-dimensi 3 agenda di atas, yaitu:

⁶ Elfi Yanti Ritonga. *Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi*. (Jurnal : SIMBOLIKA, Vol. 4 (1) April (2018) ISSN 2442- 9198X (Print), ISSN 2442-9996 (Online)

Table 2.1. Teori *Agenda Setting*

Teori <i>agenda setting</i>		
Agenda Publik	Agenda Media	Agenda Kebijakan
1) Visibilitas, yaitu jumlah dan tingkat menonjolnya berita.	1) Keakraban, yakni derajat kesadaran khayalak akan topik tertentu.	1) Dukungan (<i>support</i>), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisisuatu berita tertentu.
2) Tinggal menonjol bagi khayalak (<i>audiance salience</i>), yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khayalak.	2) Penonjolan pribadi, yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi.	2) Kemungkinan kegiatan, yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan.
3) Valensi, yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa.	3) Kesenangan, yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topic kita.	3) Kebebsasan bertindak, yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah ⁷ .

Dimana teori ini dapat dihubungkan dengan penelitian, yang menjelaskan bahwa teori *agenda setting* telah memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana media mempengaruhi khalayak. *Agenda setting* memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak. Dimana para

⁷ Littlejohn, S.W. dan Karen A.F. oleh Mohammad Yusuf Hamdan, *Theories of Human Communications*, 9 th ed Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika, 2009), h.416-417

pembaca berita atau para penikmat berita di *Instagram* parepareinfo memilih informasi-informasi yang mana mesti dilihat yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak.

2. Strategi

Strategi merupakan kata yang berasal dari bahas Yunani yaitu “*stratos*” artinya tentara dan “*agein*” artinya pemimpin yang menunggu, disatukan menjadi memimpin tentara. Dari kata ini muncullah kata strategi yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas⁸. Pada kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa istilah strategi adalah suatu ilmu untuk menggunakan sumber daya-sumber daya untuk melaksanakan kegiatan tertentu. Secara umum pengertian strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi dalam bisnis dapat berupa perluan *geografis*, *diversifikasi*, *akuisisi*, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture. Menurut Dafit strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktifitas-aktifitas untuk menanggapi lingkungan dan membantu mencapai sasaran atau tujuan organisasi.

Menurut Tjiptono strategi merupakan suatu alat untuk menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk

⁸ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017), 64.

mengalokasikan sumber daya dan organisasi⁹. Kotler juga berpendapat bahwa strategi adalah sebagai rencana permainan untuk mencapai sasaran usaha dengan menggunakan pemikiran yang strategis¹⁰. Menurut J.L Thompso strategi adalah sebagai cara untuk mencapai sebuah dari hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi¹¹. Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penyusunan strategi perlu diperhatikan kondisi dan perubahan lingkungan perusahaan, baik internal maupun eksternal yang pada akhirnya dapat tercapai tujuan yang telah ditetapkan.

Penyajian informasi viral di *instagram* @parepareinfo dalam membentuk opini publik supaya ingin membuat berita-berita yang di *upload di ig* menjadi berita viral yang baik dalam bentuk opini publik, karena jika dilakukan secara baik akan dapat memberikan suatu kepuasan tersendiri yang dirasakan oleh para *followers-followers instagram* parepare info. Dengan adanya strategi-strategi penyampaian informasi dilakukan, maka akan dapat memenuhi kebutuhan para *followers-followers instagram* parepare info yang akan butuh dengan informasi untuk dapat mengetahui apa yang tidak diketahui dengan adanya informasi dapat menjadi tahu. Sehingga para *followers-followers instagram* parepare info merasa puas dan tidak kecewa dengan apa yang di posting pada penyampaian berita viral

⁹ Tjiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Andi, 1995), h.3

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Millinium 1*, (Jakarta: PT Prehindo, 1997), h.75.

¹¹ Sandar Oliver, *Strategi Public Relations*, (Londo: Erlangga, 2006), h.2.

di *instagram* parepare info dalam membentuk opini publik.

Menurut Sondang Siagian untuk memenuhi persyaratan-persyaratan strategi yang baik, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi antara lain:

- a. Strategi sebagai keputusan jangka panjang harus mengandung penjelasan singkat tentang masing-masing komponen dari strategi organisasi yang bersangkutan, dalam arti terlihat kejelasan dari ruang lingkup, pemanfaatan sumber dana dan daya, serta keunggulannya, bagaimana menghasilkan keunggulan tersebut dan sinergi antara komponen-komponen tersebut diatas.
- b. Strategi sebagai keputusan jangka panjang yang mendasar sifatnya harus memberikan petunjuk tentang bagaimana strategi akan membawa organisasi lebih cepat dan efektif menuju tercapainya tujuan dan berbagai sasaran organisasi.
- c. Strategi organisasi dinyatakan dalam pengertian fungsional, dalam arti jelasnya tujuan kerja sebagai pelaksana utama kegiatan melalui pembagian kerja yang jelas sehingga kemungkinan terjadinya tumpah tindih, saling lempar tanggung jawab dan pemborosan dapat dicegah.
- d. Pernyataan strategi itu harus bersifat spesifikasi dan tepat, bukan merupakan pernyataan-pernyataan yang masih dapat diimplementasikan dengan berbagai jenis interpretasi yang pada selera dan persepsi individu dari pembuat interpretasi¹².

¹² Sondang Siagian, *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, (Jakarta: PT Gunung Agung, 1986), h.23.

3. Penyajian informasi

Informasi artinya mempunyai peranan penting dalam pengembangan kebudayaan, ilmu pengetahuan sepanjang masa dan informasi dapat ditemukan dalam berbagai media baik cetak maupun media noncetak. Apapun yang dilakukan oleh masyarakat pada saat ini semua tindakannya sebaiknya dilandasi dengan data dan fakta agar dapat berhasil guna dan berdaya guna, sehingga ilmu sebagai pengetahuan yang teruji yang merupakan kumpulan data dan fakta dapat bermanfaat dan dapat dibuktikan kebenarannya¹³.

Penyajian informasi dalam arti menyajikan keterangan (informasi) tentang berbagai aspek kehidupan yang diperlukan individu seperti menyangkut aspek, Karakteristik dan tugas-tugas perkembangan pribadinya. Berita adalah peristiwa faktual yang penting dan menarik. Berita merupakan cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Berita juga berarti informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran internet atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Namun bukan peristiwa baru saja yang menjadi berita di media, ada juga berita *timelsee* serta berita yang memiliki sifat mempengaruhi khalayak.

4. Viral

Kata viral digunakan untuk menyebut sesuatu yang menyebar dengan cepat di internet. Sebuah gambar, artikel atau blog yang dibagikan secara masif oleh

¹³ Pawit M. Yusuf, *Teori dan Praktis Penelusran Informasi :Informasi Retrieval* (Jakarta: Prenda Media Group, 2004), h.10

orang banyak disebut dengan viral. Kata viral sendiri berasal dari bahasa Inggris. Dalam catatan *Etymologi online dictionary*, kata ini sudah muncul sejak tahun 1944 yang memiliki arti segala sesuatu yang berkaitan virus.

Terkait pemberitaan pada sebuah media cetak, elektronik maupun online, ketiganya selalu menyajikan peristiwa hangat yang tengah terjadi di masyarakat atau berita berbentuk *feature* yang sifatnya tidak basi. Namun, di era dengan perkembangan komunikasi yang lebih modern ini, muncul *genre* berita baru dengan suguhan informasi yang lebih menarik, yaitu berita viral. Kata viral sendiri merupakan istilah baru yang di dunia maya yang menggambarkan penyebaran sebuah informasi melalui media online yang tersebar dengan cepat sehingga membuatnya populer dan menjadi perbincangan khalayak¹⁴. Dalam artian, bukan hanya berita-berita peristiwa saja yang dimuat namun juga sengaja mengangkat sebuah cerita yang saat itu tengah menjadi perbincangan di dunia maya.

Penyajian informasi viral begitu cepat sampai ke masyarakat, hal yang paling dekat mempengaruhi adalah keunikan berita. Informasi akan semakin viral jika terus di *blow up* di media sosial karena yang menjadi tren saat ini adalah sosial, *share* dan *speed*. Sehingga dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi penyajian informasi viral di *instagram* parepare info dalam membentuk opini publik.

¹⁴ Tom E. Rolnicki dkk, *Pengantar Dasar Jurnalisme: Scholastic Journalism*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), h.1.

5. *Instagram*

Di era globalisasi ini komunikasi menjadi lebih mudah dengan adanya *Instagram*. Dengan adanya berbagai *Instagram* ini maka pesan yang akan disampaikan oleh komunikator akan lebih mudah dicerna dan lebih cepat tersampaikan kepada komunikator. Dengan adanya *Instagram* ini ditandai dengan munculnya berbagai macam sosial media dikalangan para komunikator. Bahkan sosial media ini seperti jamur yang terus tumbuh setiap waktu dan semakin bertambah setiap waktu.

Instagram ini dapat dimanfaatkan oleh para komunikator untuk kepentingan tertentu seperti menyampaikan berita-berita viral di *instagram* dalam bentuk opini publik. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Menurut Bambang *instagram* adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya¹⁵.

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis *iOS*, *Android* dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik,

¹⁵ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012), 10.

mengedit dan memposting foto atau video ke halaman utama *instagram* dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *followers*. Sistem pertemanan di *instagram* menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti anda mengikuti pengguna dan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan merespon suka terhadap foto atau video yang dibagikan. *Instagram* merupakan media sosial yang paling mudah digunakan. Beberapa keunggulan *instagram* adalah sebagai berikut:

a. Mudah Dipahami

Semua orang dapat membagikan foto atau video dengan orang lain dengan mudah. Gambar adalah bahasa universal, sehingga mudah untuk cepat dipahami. Tidak seperti teks yang membutuhkan waktu membaca untuk memahami konteksnya.

b. Waktu Tayang 24 Jam

Instagram aktif 24 jam penuh. Jadi setiap konten yang diunggah oleh pengguna akan tetap dinikmati dimanapun mereka berada oleh pengguna lain.

c. Kemudahan Penggunaan

Tampilan dan penggunaan *instagram* sangat mudah dipahami dibandingkan media sosial lainnya. Cara penggunaannya sangatlah mudah cukup *scroll* layar untuk melihat foto baru, *double tap* untuk melakukan *like*. Tahan foto untuk mengintip secara cepat sangat sederhana dan mudah diingat.

d. Mudah Menyampaikan Hal Baru¹⁶

Rasa keingintahuan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi tentang suatu hal yang baru salah satu alasan instagram lebih menonjolkan gambar daripada teks untuk menyampaikan produk baru dengan konsep unik agar mudah dipahami. Fitur-Fitur *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik *instagram* sendiri¹⁷.

Dalam hal ini, *instagram* bersifat *real time*. Hampir setiap detik terus ribuan bahkan jutaan foto disebar. *Instagram* dapat diakses setiap waktu, bisa setiap waktu sesuai kehendak pengguna akun. Mengembangkan sebuah jaringan yang tidak terbatas, dapat menyebarkan ide dan gagasan, sebagai sarana aktualisasi diri. Hadirnya *Instagram* sebagai media atau juga perantara antara komunikator dengan komunikan, konsep pertukaran informasi bisa lebih kuat. Media yang digunakan untuk menyampaikan pesan sudah ditentukan dengan tujuan agar lebih fokus. Dengan fokus kepada *instagram* disertai dengan fitur-fiturnya, akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan data yang diinginkan.

¹⁶ Mathew Sugiarto, *Instagram Marketing*, (Jakarta Selatan: PT. Pengembang Lintas Pengetahuan 2018), h.13.

¹⁷ M. Fachri Syahreza dan Irwan Syari Tanjung, "Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED", *Jurnal Interaksi*, 1 (Januari 2018), 72-73.

6. Opini Publik

Belakangan ini muncul berbagai macam sosial media seiring dengan kemajuan teknologi seperti misalnya *instagram*, *twitter*, *facebook*, *bbm* (*blackberry messenger*) dan lain sebagainya, kemunculan berbagai macam sosial media ini dimanfaatkan oleh orang-orang yang berkepentingan dalam membentuk opini publik.

Istilah opini publik dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-individu. Menurut Santoso Sastropoetro istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang¹⁸.

Istilah *opinion* yang diterjemahkan menjadi “opini” didefinisikan oleh *Cutlip dan Center* diartikan sebagai pengekspresian suatu sikap mengenai persoalan yang mengandung pertentangan. Opini juga diartikan sebagai pendapat atau pandangan tentang suatu persoalan¹⁹. Ketika seseorang beropini terhadap suatu permasalahan yang sama akan menimbulkan penilaian yang berbeda, hal itu dikarenakan opini memiliki sifat subyektif yang artinya menurut pandangan sendiri-sendiri. Opini merupakan kata yang berarti tanggapan atau jawaban terhadap sesuatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata, bisa juga berupa perilaku, sikap, tindakan, pandangan, dan tanggapan. Sedangkan pendapat lain mengatakan opini adalah

¹⁸Santoso Sastropoetro. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), h.49.

¹⁹Abdullah. *Press Relation*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h.14.

ekspresi sikap dengan melalui jawaban positif untuk informan yang mendukung, jawaban netral dan negatif untuk jawaban yang tidak mendukung, artinya apabila seseorang beropini positif tandanya orang tersebut mendukung, dan apabila seseorang beropini negatif artinya orang tersebut menolak.

Istilah opini publik dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-individu. Menurut Santoso Sastropoetro istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang²⁰²¹.

Di era globalisasi ini komunikasi menjadi lebih mudah dengan adanya kemajuan teknologi *instagram*. Dengan adanya teknologi *instagram* ini maka pesan yang akan disampaikan oleh komunikan akan lebih mudah dicerna dan lebih cepat tersampaikan kepada komunikator.

Unsur-unsur dalam opini publik, diantaranya :

1) *Belief*/keyakinan

Kepercayaan terhadap sesuatu. Misalnya masyarakat akan percaya terhadap berita yang disampaikan oleh media massa.

2) *Attitude*/sikap

Apa yang sebenarnya dirasakan oleh seseorang. Misalnya masyarakat

²⁰Santoso Sastropoetro. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), h.49.

²¹Hafied Cangara. *Komunikasi politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), h.158.

bersikap ingin tahu atau sebaliknya terhadap berita yang disampaikan oleh media massa.

3) Persepsi

Proses memberi makna pada sensasi (apa yang ditangkap oleh alat indra) sehingga manusia mendapatkan pengetahuan yang baru.

Sedangkan Unsur-Unsur Opini Publik Menurut Para Ahli

- i. Susanto, melihat dari ilmu publistik bahwa suatu opini publik mengandung unsur-unsur sebagai berikut:
 - ✓ Kemungkinan pro dan kontra, sebelum mencapai konsesus;
 - ✓ Melibatkan lebih dari seseorang (misalnya, kelompok, masyarakat, dll)
 - ✓ Dinyatakan; dan
 - ✓ Mengadakan atau mungkin mengadakan tanggapan yang pro maupun yang kontra.
- ii. Herbert Blumer telah menyelidiki opini publik dan segi sosiologi yaitu bahwa istilah publik digunakan untuk suatu kelompok orang.
 - ✓ Dikonfrontasikan/dihadapkan pada suatu isu;
 - ✓ Memiliki perbedaan pendapat tentang isu; dan
 - ✓ Terlibat dalam diskusi mengenai isu tersebut.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan, dapatlah disimpulkan intinya bahwa opini publik mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- ✓ Adanya suatu isu yang kontroversial.

- ✓ Adanya publik yang secara spontan terpicat pada masalah termaksud dan melibatkan diri di dalamnya, serta berusaha untuk memberikan pendapatnya.
- ✓ Adanya kesempatan untuk bertukar pikiran atau berdebat mengenai masalah yang kontroversial tadi oleh suatu publik.
- ✓ Adanya interaksi antara individu-individu dalam publik yang menghasilkan suatu pendapat yang bersifat kolektif dan di ekspresikan²².

C. Tinjauan Konseptual

1. Strategi

Menurut Tjiptono strategi merupakan suatu alat untuk menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan organisasi²³. Kotler juga berpendapat bahwa strategi adalah sebagai rencana permainan untuk mencapai sasaran usaha dengan menggunakan pemikiran yang strategis²⁴.

2. Penyajian informasi

Penyajian informasi dalam arti menyajikan keterangan (informasi) tentang berbagai aspek kehidupan yang diperlukan individu seperti menyangkut aspek, Karakteristik dan tugas-tugas perkembangan pribadinya. Berita juga berarti informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak,

²² Faris Budiman Annas, dkk. *Opini Publik Dalam Polarisasi Politik Di Media Sosial Public Opinion Of Political Polarization On Social Media*. Jurnal Pikom. Vol. 20 No. 2 Desember 2019

²³ Tjiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Andi, 1995), h.3

²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Millinium 1*, (Jakarta: PT Prehindo, 1997),

siaran internet atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Namun bukan peristiwa baru saja yang menjadi berita di media, ada juga berita berita *timelsee* serta berita yang memiliki sifat mempengaruhi khalayak.

3. *Instagram*

Menurut Bambang *instagram* adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya²⁵.

4. Opini publik

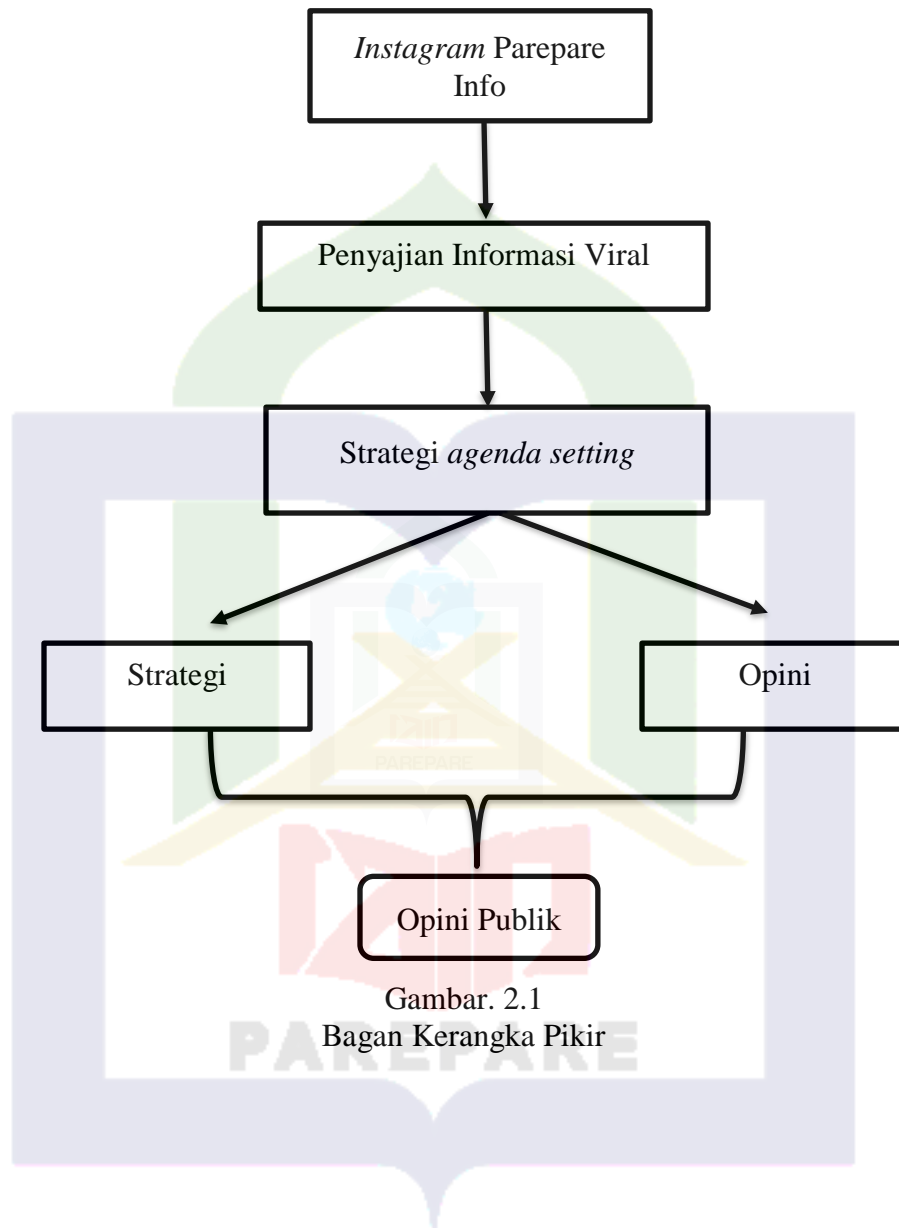
Istilah opini publik dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-individu. Menurut Santoso Sastropetro istilah opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang²⁶.

D. Kerangka Pikir

Penelitian ini berfokus pada bagaimana Strategi Penyampaian Berita Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik, maka kerangka pikir yang digunakan peneliti di gambarkan dalam skema berikut:

²⁵ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012), 10.

²⁶Santoso Sastropetro. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), h.49.



Gambar. 2.1
Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif bersifat deskriptif, artinya penelitian yang tidak mengadakan penghitungan dengan angka-angka, karena penelitian kualitatif adalah penelitian yang memberikan gambaran tentang kondisi secara faktual dan sistematis mengenai faktor-faktor, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang dimiliki untuk melakukan akumulasi pada dasar-dasarnya saja.

Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku persepsi, minat, motivasi, tindakan, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Penelitian kualitatif adalah sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati¹. Penelitian kualitatif yang dimaksud di sini adalah penelitian yang mendeskripsikan mengenai bagaimana “Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik”.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian adalah di Instagram,

¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet II (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)

dimana tepatnya pada instagram Parepare Info. Sedangkan untuk waktu penelitian yang akan penulis lakukan kurang lebih dua bulan lamanya sesuai dengan kebutuhan penulis dan mengikuti kalender akademik dalam menyelesaikan pendidikan strata satu.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini difokuskan pada Strategi Penyajian informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Penelitian ini menggunakan jenis data yang bersifat deskriptif, data deskriptif adalah data yang terkumpul berbentuk kata-kata serta gambar daripada angka-angka.² Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam metode pengumpulan data antara lain observasi, melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan baik secara lisan maupun tulisan. Bentuk lain dari data kualitatif adalah gambar yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video yang dapat dijadikan sebagai dokumentasi.

2. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua keterangan-keterangan yang diperoleh dari responden berdasarkan hasil wawancara dan observasi. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah wawancara

²Sudarwan Denim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h.51.

berupa kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen lain.³ Penulis menggunakan teknik wawancara dalam pengumpulan data yang dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Pertama, sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari orang tua dan remaja sebagai narasumber atau informan, dengan melakukan interview melalui pedoman wawancara serta melakukan observasi terlebih dahulu. Data primer adalah data yang di peroleh dari sumber data pertama atau tenaga pertama di lapangan⁴. Sumber data ini biasa di responden atau subyek penelitian, dari hasil penelitian, dari hasil penelitian wawancara, dan observasi. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Admin dari pemegang instagram Parepare info. Kedua, Sumber data sekunder yaitu data yang dikumpulkan dari berbagai sumber-sumber yang ada seperti dari buku, jurnal, laporan dan lain-lain berkaitan dengan judul penelitian. Sedangkan Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber data yang kedua dari data yang kita butuhkan, atau data yang di ambil dari kajian pustaka yang ditulis oleh para pakar yang dan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan masalah penelitian⁵. Dalam pembuatan proposal skripsi ini, peneliti mengambil data dari beberapa buku referensi, guna untuk memperkuat hasil peneltiain yang dilakukan oleh peneliti.

³Radial. *Pradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), h.359.

⁴Rachmat Kriyantono. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana, 2006).

⁵Ardial. *Penelitian Komunikasi*. Cet.2 (Jakarta: PT. BumiAksara, 2015).

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Setiap kegiatan penelitian dibutuhkan objek atau sasaran.⁶ Mengumpulkan data merupakan langkah yang tidak dapat dihindari dalam kegiatan penelitian dengan pendekatan apapun, pengumpulan data menjadi satu fase yang sangat strategis bagi dihasilkannya penelitian yang bermutu.⁷

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara sebagai pengaju/pemberi pertanyaan dan yang di wawancarai sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dilakukan dengan cara *face to face* atau berhadapan langsung.

Wawancara (*Interview*) yaitu mendapat informasi dengan bertanya secara langsung kepada responden. Dalam proposal ini, penulis melakukan wawancara bebas terpimpin dalam pertanyaan-pertanyaan maupun pernyataan-pernyataan yang sudah tersusun terlebih dahulu yang ditujukan kepada admin dari pemegang akun *instagram* parepare info, direktur *instagram* parepare info dan 3 orang *followers* (pengikut *instagram* parepare info) untuk memperkuat dan pelengkap data pada penelitian ini.

Metode tanya jawab kepada informan yang dipilih untuk mendapatkan data yang diperlukan dengan bertatap muka secara langsung antara pewawancara dengan responden. Wawancara yang dilakukan guna mendapatkan informasi

⁶Burhan Bugin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h.43.

⁷Sudarwin Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Jakarta: CV. Pustaka Setia, 2002), h.51.

yang lebih dalam dengan melakukan proses penggalian informasi dengan memberikan pertanyaan terbuka terhadap responden yang terkait. Dalam penelitian ini responden yang akan diwawancarai adalah admin dari pemegang akun *instagram* parepare info, direktur *instagram* parepare info dan 3 orang *follwers* (pengikut *instagram* parepare info).

Metode wawancara digunakan untuk mengumpulkan lebih banyak informasi dan data luar dan dalam secara langsung dari responden. Karena tujuan utama wawancara adalah untuk mengumpulkan sebanyak-banyaknya informasi yang tepat dari orang yang sungguh-sungguh melaksanakan pekerjaan atau dari orang-orang yang mempunyai informasi yang dapat dipercaya dengan rincian yang penting⁸.

2. Observasi (*Observation*)

Observasi (*Observation*) yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan menggunakan pengindraan.⁹ Observasi Persepsi atau persepsi adalah prosedur atau metode pengumpulan informasi dengan memperhatikan latihan terus menerus¹⁰. Teknik observasi adalah dengan cara menganalisa dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati secara

⁸ Rohmalina Wahab. 2015. *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Pers.

⁹ Yatim Riyanto, *Metode Penelitian Pendidikan* (Surabaya: Penerbit SIC, 2001), h.96

¹⁰ Nana Syaodih Sukmadinata. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

langsung keadaan lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti. Observasi dilakukan bertujuan memperoleh data atau gambaran yang akurat dan jelas sesuai dengan kondisi peristiwa di lapangan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen kepustakaan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini. Teknik yang digunakan untuk mencatat data-data sekunder yang tersedia dalam bentuk arsip atau dokumen-dokumen. Teknik ini dipergunakan untuk mengetahui data dokumentasi yang berkaitan dengan hal-hal yang akan penulis teliti.¹¹ Dokumentasi tidak hanya berupa foto-foto tetapi dokumentasi yang dimaksud dapat berupa gambar, tulisan, buku dan lain-lain. Dengan adanya dokumentasi maka, hasil observasi serta wawancara yang dilakukan akan lebih kredibel atau dapat dipercaya oleh orang lain. Fungsi data dari dokumentasi ini digunakan sebagai bahan pelengkap dari data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Data-data yang diperoleh dari lapangan yaitu di *Instagram*, dimana tepatnya pada *instagram* Parepare Info, data yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber, dokumen formal, buku-buku, artikel dan lain sebagainya. Alasan menggunakan metode dokumentasi ini adalah untuk mendapatkan data-data tentang gambaran Strategi Penyajian Informasi Viral Di

¹¹Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006),

Instagram Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses mengatur urutan data dan mengorganisasikannya dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan rumusan kerja seperti yang disajikan oleh data. Pada saat menganalisis data peneliti juga harus kembali lagi ke lapangan untuk memperoleh data yang dianggap perlu dan mengelolanya kembali.¹² Teknik analisis data merupakan langkah strategis pada saat melakukan suatu penelitian karena tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan data dari hasil observasi yang dilakukan dilapangan. Kemungkinan pemecahan persoalan, atau keterangan sementara yang sudah disusun haruslah diuji melalui pengumpulan data yang relevan atau yang ada kaitannya¹³. Analisis data adalah interaksi penggambaran dan perencanaan catatan pertemuan dan materi lain yang dikumpulkan. Artinya, agar analisis dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang informasi dan kemudian menyajikannya kepada orang lain dengan lebih jelas tentang apa yang telah ditemukan atau diperoleh dari lapangan¹⁴.

Pekerjaan analisis data dalam hal ini mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode dan mengkategorikan data yang terkumpul

¹²Hamidi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. III; Malang: UNISMUH Malang, 2005), h.15.

¹³Margono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cet 4; (Jakarta: Rineka Cipta, 2004).

¹⁴Sudarwan Damin. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Cet. 1; (Bandung: Pustaka Setia, 2002).

catatan lapangan, gambar, foto atau dokumen berupa laporan. Ada berbagai cara untuk menganalisis data kualitatif yaitu reduksi data, model data dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian untuk menyederhanakan, mengabstrakan transformasi data yang bersumber dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi ini diharapkan untuk menyederhanakan data, yang telah diperoleh agar memberikan kemudahan dalam menyimpulkan hasil penelitian. Seluruh hasil penelitian yang diperoleh dan telah dikumpulkan, kembali dipilih untuk menentukan data mana yang tepat untuk digunakan. Untuk memaksimalkan reduksi data hendaknya melakukan penetapan fokus penelitian dalam arti fokus pada hal-hal yang penting, memilih hal-hal yang pokok kemudian merangkum semua data yang didapat.

Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa episode selanjutnya dari reduksi data, yakni membuat catatan-catatan dengan cara merangkum hal-hal yang dianggap penting dan reduksi data akan berproses terus-menerus setelah kerja lapangan, hingga laporan akhir lengkap.

2. Model Data/Penyajian Data

Kegiatan analisis data selanjutnya adalah model data, mendefinisikan model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Model tersebut mencakup berbagai jenis matrik, grafik, jaringan kerja dan bagan. Semua dirancang untuk

menarik informasi yang tersusun dalam suatu yang dapat diakses secara langsung, bentuk yang pratik, dengan demikian peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan dapat dengan baik menggambarkan kesimpulan, yang dijustifikasikan maupun bergerak ke analisis tahap berikutnya model mungkin menyarankan yang bermanfaat.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan upaya untuk mengartikan data yang ditampilkan untuk melibatkan pemahaman peneliti.¹⁵ Penarikan kesimpulan pada tahap ini proses usaha mencari makna dari komponen yang disajikan dengan melakukan pengecekan ulang, dimulai dari pelaksanaan *survey* (orientasi), wawancara, observasi, dokumentasi dan membuat kesimpulan umum untuk dilaporkan sebagai hasil penelitian yang telah dilakukan. Dengan pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan lapangan dengan fokus penelitian Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik, serta mewawancarai (mendiskusikan dengan orang-orang yang paham dengan fokus penelitian). Dari hasil tersebut peneliti kemudian melakukan penarikan kesimpulan dari permasalahan tersebut.

¹⁵Harun Rasyid, *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial dan Agama* (Pontianak: STAIN Pontianak, 2000), h.71.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah singkat Akun Instagram @parepareinfo



Akun Instagram @parepareinfo adalah sebuah akun Instagram yang mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi melalui media sosial. Kehadiran @parepareinfo pada tanggal 1 September 2018. Saat ini @parepareinfo memiliki badan hukum “PT MEDIA GROUP PAREPARE INFORMASI”. Pemilik atau founder akun @parepareinfo adalah Muh. Najib M. Kemunculan aplikasi terbaru yakni instagram yang banyak diminati pengguna media sosial membuat banyak pengguna facebook yang berbondong-bondong beralih ke instagram.

Pada tahun 2019 jumlah followers akun @parepareinfo terus bertambah, seiring bertambahnya jumlah followers akun @parepareinfo membawa pengaruh yang besar

terhadap masyarakat Parepare, dan mulai saat itu juga akun @parepareinfo mulai memiliki media siber yaitu www.parepareinformasi.com.

2. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi Pusat Pelayanan Sosial Lanjut Usia (PPSLU) Mappakasunggu Parepare sebagai berikut:

Visi : Menjadi perusahaan media informasi local terbesar dalam industri informasi dan hiburan dalam jaringan di Sulawesi Selatan.

Misi :

- a. Hadir memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan dalam jaringan yang bermanfaat, actual dan terpercaya untuk masyarakat Sulawesi selatan.
- b. Membangun portal-portal dalam jaringan yang menghimpun informasi local (daerah), nasional dan dunia terkini mengenai social, politik, ekonomi, pendidikan, dan gaya hidup masyarakat.
- c. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya informasi yang andal dari sumber terpercaya
- d. Mengembangkan portal-portal hiburan dalam jaringan untuk menghimpun kreativitas masyarakat dan menjadi sarana promosi wisata dan budaya Sulawesi Selatan.
- e. Mengelola perusahaan yang berorientasi pada kearifan local budaya masyarakat Sulawesi selatan secara khusus dan Indonesia pada umumnya.
- f. Melakukan penelitian dan pengembangan produk serta layanan secara berkesinambungan

- g. Membantu dan mendorong pemerintah dan lembaga-lembaga terkait unuk berperan lebih di dalam pengembangan informasi daerah
- h. Menjadi perusahaan media informasi local yang mendunia¹.

3. Struktur Organisasi PT Media Group Parepare Informasi



B. Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info

Masyarakat sangat senang berkomunikasi melalui internet karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi sehingga terbentuklah jejaring sosial atau media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang digunakan untuk bersosialisasi dengan masyarakat lain dengan menggunakan jaringan internet. Media sosial saat ini digunakan juga untuk mencari informasi, bahkan beberapa media sosial telah mengadakan fitur khusus untuk berita. Berbagai macam media sosial tersebar

¹Sumber data: Direktur Akun *Instagram* @parepareinfo tahun 2023.

dan digunakan di seluruh dunia. Masyarakat mengikuti perubahan media, terutama media online yaitu media sosial membuat mereka mendapatkan informasi secara cepat melalui berbagai macam akun di media sosial. Salah satu sekian banyak media sosial itu adalah instagram. *Instagram* merupakan aplikasi *microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.

Seperti dari hasil wawancara yang disampaikan oleh direktur *Instagram* @parepareinfo yang bernama Muhammad Najib M, beliau mengatakan :

“*Instagram* sebuah aplikasi berbagi foto dan video maupun berita dan instagram itu cukup baik kalau menurut saya karena untuk menyebarkan berita-berita, apalagi penggunaannya itu hampir disegala usia, sehingga Instagram sangat baik untuk *share* informasi yang bermanfaat².”

Hal ini juga di ungkapkan oleh admin @parepareinfo yang bernama Muhammad Husni Maulana, beliau mengatakan :

“*Instagram* merupakan sebuah platform media sosial, yang isinya itu adalah berupa foto video, dan salah satu virus terbaru dari *Instagram* itu sendiri adalah adanya *reels*, *reels* ini dapat meningkatkan Instagram kita berinteraksi kepada netisen³.”

Sedangkan dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh *followers* @parepareinfo yang bernama St Suhaela, beliau mengatakan :

²Muhammad Najib M, direktur *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 23 Januari 2023

³Muhammad Husni Maulana, admin *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 27 Januari 2023

“Menurut saya *Instagram* adalah salah satu sosial media yang digunakan sebagai sarana media informasi, dan sarana meenyampaikan beberapa pendapat ke khalayak umum”⁴.

Kemudian dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh *followers* @parepareinfo yang bernama Abd Rahim Buhari, beliau mengatakan :

“*Instagram* adalah salah satu media sosial yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya”⁵.

Berdasarkan hasil wawancara ketiga informan di atas dapat di simpulkan bahwa *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video maupun berita dan *instagram* itu cukup baik kalau menurut saya karena untuk menyebarkan berita-berita, apalagi penggunanya itu hampir disegala usia, sehingga *Instagram* sangat baik untuk *share* informasi yang bermanfaat. *Instagram* merupakan sebuah platform media sosial, yang isinya itu adalah berupa foto vedio, dan salah satu virus terbaru dari *Instagram* itu sndiri adalah adanya *rells*, *rells* ini dapat meningkatkan *Instagram* kita berinteraksi kepada netisen. Menurut para *followers* bahwa *Instagram* adalah salah satu sosial media yang digunakan sebagai sarana media informasi, dan sarana meenyampaikan beberapa pendapat ke khalayak umum.

@parepareinfo mempunyai semangat berbagi informasi viral. Informasi memiliki peran yang sangat penting terlebih masyarakat sedang menuju era masyarakat informasi (*Information society*) atau masyarakat ilmu pengetahuan

⁴ St Suhaela, *followers Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 22 Januari 2023

⁵ Abd Rahim Buhari, *followers Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 13 Februari Januari 2023

(*knowledge society*). Akan tetapi segala bentuk kemudahan akses informasi dengan hadirnya internet bukanlah suatu masalah atau hambatan. Oleh karena itu, baik komunikator maupun komunikan perlu selektif dengan semakin banyaknya varian pesan yang ada. Kita juga harus selektif terhadap suatu informasi., dan memastikan bahwa informasi yang kita dapatkan adalah informasi yang baik dan bermanfaat. Terlebih dengan hadirnya internet (termasuk jejaring sosial) sebagai media baru, memberikan beragam kemungkinan mendapatkan informasi yang tidak baik. Karena itulah, kita harus lebih selektif, teliti, dalam menerima informasi.

Seperti dari hasil wawancara yang disampaikan oleh direktur Instagram @parepareinfo yang bernama Muhammad Najib M, beliau mengatakan :

“*Instagram @parepareinfo* mempunyai semangat berbagi informasi viral kepada para *followersnya*. Manfaat penyajian informasi viral di *Instagram Parepare info* dalam membentuk opini publik yaitu orang lebih mengetahui informasi seputar Kota Parepare dan sekitarnya lokal maupun nasional, jadi masyarakat khalayak lebih cepat mendapatkan informasi”⁶.

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas dapat di simpulkan bahwa *Instagram @parepareinfo* selalu menyajikan berbagi informasi viral kepada para *followersnya*. Manfaat penyajian informasi viral di *Instagram Parepare info* yaitu supaya orang-orang lebih mengetahui informasi seputar Kota Parepare dan sekitarnya lokal maupun nasional, jadi masyarakat khalayak lebih cepat mendapatkan informasi

Akun *Instagram @parepareinfo* adalah sebuah akun *Instagram* yang mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi melalui media sosial. Kehadiran

⁶Muhammad Najib M, direktur *Instagram @parepareinfo*, wawancara pada tanggal 23 Januari 2023

@parepareinfo pada tanggal 1 September 2018. Saat ini @parepareinfo memiliki badan hukum “PT MEDIA GROUP PAREPARE INFORMASI”. Pemilik atau founder akun @parepareinfo adalah Muh. Najib M. Kemunculan aplikasi terbaru yakni instagram yang banyak diminati pengguna media sosial membuat banyak pengguna *facebook* yang berbondong-bondong beralih ke *instagram*.

Hal ini juga di ungkapkan oleh admin @parepareinfo yang bernama Muhammad Husni Maulana, beliau mengatakan :

“Pada tanggal 1 september 2018 akun *Instagram* @parepareinfo dibuat. Akun *Instagram* @parepareinfo adalah sebuah akun *Instagram* yang mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi-informasi viral melalui media sosial. Dan saya gabung sebagai admin menjelang akhir tahun 2021 kurang lebih 1 tahun⁷.

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas dapat di simpulkan bahwa Muhammad Husni Maulana bergabung menjadi admin akun *Instagram* @parepareinfo menjelang akhir tahun 2021 kurang lebih 1 tahun dan pada tanggal 1 september 2018 akun *Instagram* @parepareinfo dibuat. Akun *Instagram* @parepareinfo adalah sebuah akun *Instagram* yang mempunyai tujuan untuk menyampaikan informasi-informasi viral melalui media sosial kepada para *followers*.

Setiap sosial media *Instagram* membutuhkan perencanaan, pendekatan, dan strategi dengan cara penggunaanya yang berbeda-beda. Kegagalan suatu perencanaan tidak dapat dipungkiri, maka dari itu ada beberapa hal yang dapat menghindari

⁷Muhammad Husni Maulana, admin *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 27 Januari 2023

kegagalan dalam bermedia sosial, seperti tidak memiliki rencana, pemilihan konten yang tidak berkualitas, pemilihan bahasa yang sulit dipahami, mengabaikan *follower* atau *visitor*, tidak memberikan informasi yang lengkap, adanya gangguan komunikasi, dan tidak melakukan pembaruan.

Dari hasil wawancara yang disampaikan oleh direktur *Instagram* @parepareinfo yang bernama Muhammad Najib M, beliau mengatakan :

“Untuk faktor kegagalannya hampir tidak ada, mungkin persepsi negatif dari followers itu yang menjadi faktor gagal, setiap orang kan punya pemikiran beda-beda. Bisa dilihat dari komentar adanya respon negatif dan positif. Sulitnya sinyal itu juga berpengaruh gagalnya proses komunikasi ya. *Instagram* itu kan butuh sinyal yang kuat ya, jadi kalo pas mau posting tapi sulit sinyal ya gagal posting juga”⁸.

Faktor yang mempengaruhi kegagalan akun @parepareinfo dalam proses komunikasi adalah persepsi negatif dari *followers* @parepareinfo, menjadikan proses komunikasi tidak mencapai tujuan. Selain itu gangguan komunikasi seperti gangguan jaringan internet juga menjadi faktor kegagalan akun @parepareinfo dalam proses penyampaian informasi.

Dalam melakukan penyajian informasi di media sosial, seorang *public relations* dituntut untuk memiliki strategi yang paling unggul melalui pendekatan kreatif dengan publiknya. Dengan rancangan strategi yang tepat, maka pesan yang dimuat pada penyajian informasi viral dapat tersampaikan sesuai dengan sasaran dan

⁸Muhammad Najib M, direktur *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 23 Januari

akan lebih unggul dari kompetitornya. Perancangan strategi penyajian informasi berita viral di *instagram* memiliki tujuan agar dapat terhubung dengan publik dengan menimbulkan minat dan kepercayaan terhadap sebuah instansi yang akan menciptakan berita yang baik.

Dimana penjelasan di atas dapat dihubungkan dengan teori *agenda setting* yang menjelaskan bahwa teori *agenda setting* telah memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana media mempengaruhi khalayak. *Agenda setting* memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak. Dimana para pembaca berita atau para penikmat berita di *Instagram* @parepareinfo memilih informasi-informasi yang mana mesti dilihat yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak.

Dari hasil wawancara yang disampaikan oleh direktur *Instagram* @parepareinfo yang bernama Muhammad Najib M, beliau mengatakan :

“Strategi penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo ada 3 yaitu pertama kami lakukan adalah kita mendapat informasi kemudian kita olah lalu kita sampaikan, kedua kami sajikan di website Parepare informasi.com kemudian ketiga kami *share* di *Instagram* dan *Facebook*. Disini kami menggunakan 3 strategi ini karena menurut kami dengan cara itu berita-berita viral yang kami selalu posting akan lebih cepat tersampaikan kepada para khalayak. Kami disini ada beberapa topik berita seperti ekonomi, daerah, nasional serta berita-berita religi dan kesehatan”⁹.

⁹Muhammad Najib M, direktur *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 23 Januari 2023

Hal ini juga di ungkapkan oleh admin @parepareinfo yang bernama Muhammad Husni Maulana, beliau mengatakan :

“Jadi kita punya 3 strategi pertama, kita mendapat informasi lalu kita olah lalu kita sampaikan, kedua kami sajikan di website Parepare informasi.com kemudian ketiga kami *share* di *Instagram* dan *Facebook*, serta biasa juga dapat kiriman dari netizen contohnya seperti peristiwa kecelakaan tapi tetap kami gali info sebelum kami *share* apakah betul atau tidak. Sehingga berita-berita yang kami sampaikan itu semua benar dan tidak palsu¹⁰.

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas dapat di simpulkan bahwa Strategi penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo ada 3 yaitu pertama kami lakukan adalah kita mendapat informasi kemudian kita olah lalu kita sampaikan, kedua kami sajikan di website Parepare informasi.com kemudian ketiga kami *share* di *Instagram* dan *Facebook*. Dengan menggunakan 3 strategi ini menurutnya dengan cara itu berita-berita viral yang selalu posting akan lebih cepat tersampaikan kepada para khalayak. Namun ketika ada kiriman dari netizen contohnya seperti peristiwa kecelakaan tapi tetap digali info sebelum berita itu disajikan, apakah betul atau tidak. Sehingga berita-berita yang di sampaikan akun *Instagram* @parepareinfo itu semua benar dan tidak palsu. Berita yang disajikan di @parepareinfo ada beberapa topik berita seperti ekonomi, daerah, nasional serta berita-berita religi dan kesehatan.

Kemudian dari hasil wawancara yang disampaikan oleh direktur *Instagram* @parepareinfo yang bernama Muhammad Najib M, beliau mengatakan :

“Tentu, segala sesuatu itu harus di rencanakan. Kita ada berita tidak langsung

¹⁰Muhammad Husni Maulana, admin *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 27

asal masukan atau di jadikan konten. Tapi di pilah dan dipilih sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat. Karena kan informasi yang disebarakan di media sosial ini sangat memberikan dampak yang pasti menyeluruh dan sebisa mungkin masyarakat bisa memahami isi berita atau konten yang diberikan. Banyak kegiatan peliputan di lapangan biasanya itu di jadikan konten di media sosial instagram dan berbagai kegiatan lainnya”¹¹.

Berdasarkan hasil wawancara bersama bapak direktur *Instagram* @parepareinfo, beliau menjelaskan bahwa dengan memasukan berita atau konten kedalam media sosial *Instagram* @parepareinfo tidak asal memilih dan membuat konten serta memasukan kedalam media sosial *instagram*, mereka memilah dan memilih berita mana yang layak di masukan atau di jadikan konten *instagram*. Biasanya berita berupa informasi-informasi yang terjadi di kota Parepare itu sendiri menjadi konten yang di minati masyarakat sehingga hal ini dapat menentukan daya tarik masyarakat untuk membuka sosial media *instagram* @parepareinfo. Tujuan pembuatan media sosial *Instagram* ini merupakan untuk penyajian informasi viral di *instagram* parepare info serta perluasan informasi kepada masyarakat yang bisa di akses kapanpun dan dimanapun selagi ada internet, jaringan informasi yang luas ini diharapkan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat agar mengetahui keadaan terkini atau informasi yang dibutuhkan yang akan mendatang sehingga memudahkan untuk menjalankan berbagai kegiatan di tempat itu sendiri.

Proses penyebaran informasi dan publikasi menggunakan *Instagram* pada dasarnya melalui tahap perencanaan yang baik dan strategi yang tepat. Segala bentuk

¹¹Muhammad Najib M, direktur *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 23 Jnauari 2023

dalam penyebaran informasi dan publikasi sesuatu pada dasarnya harus mempunyai rencana sistematis untuk mencapai tujuan lembaganya.

Penyajian dan penyebaran informasi viral begitu cepat sampai ke masyarakat, hal yang paling dekat mempengaruhi adalah keunikan berita. Berita akan semakin viral jika terus di *blow up* di media sosial karena yang menjadi tren saat ini adalah sosial, *share* dan *speed*. Namun penyajian berita ada waktunya juga untuk di posting di ig.

Seperti dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh followers @parepareinfo yang bernama St Suhaela, beliau mengatakan :

“Menurut saya strategi yang digunakan oleh akun @parepareinfo menurut pandangan saya itu sudah sangat baik karena mereka mampu konsisten untuk menyampaikan informasi yang saat ini sedang bumming, serta update sehingga followers bisa langsung menemukan informasi yang mereka butuhkan. Apalagi jika menyajikan berita yang sangat penting seperti berita kecelakaan, begal dan yang berbau positif. Itu semua menurut saya penting”¹².

Kemudian dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh followers @parepareinfo yang bernama Hanisa Buabara, beliau mengatakan :

“Menurut saya strategi yang digunakan oleh akun @parepareinfo yaitu sudah bagus karena berita yang disajikan itu berita yang *terupdate* dan terviral, sehingga kita para *followersnya* merasa puas dengan apa yang diposting”¹³.

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas dapat di simpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh akun @parepareinfo itu sudah sangat baik karena admin

¹²St Suhaela, *followers Instagram @parepareinfo*, wawancara pada tanggal 22 Januari 2023

¹³Hanisa Buabara, *followers Instagram @parepareinfo*, wawancara pada tanggal 13 Februari 2023

@parepareinfo mampu konsisten untuk menyampaikan informasi yang saat ini sedang *bumming*, *viral*, serta *update* sehingga *followers* bisa langsung menemukan informasi yang mereka butuhkan. Apalagi jika menyajikan berita yang sangat penting seperti berita kecelakaan, begal dan yang berbau positif. Itu semua penting.

Akun *instagram* @parepareinfo terkait waktu posting di *instagram* menerapkan konsistensi posting, yaitu sehari minimal 3 postingan. Terlebih jika pada hari itu ada suatu kejadian, *event* atau informasi lain yang memang harus dan perlu disebarluaskan, akun @parepareinfo bisa melakukan posting informasi hingga tak terbatas. Untuk jadwal posting hariannya fleksibel. Pada hari biasa Instagram @parepareinfo mentargetkan minimal harus ada postingan per hari. Tetapi saat ada kejadian khusus seperti *event* di Kota Parepare, bencana, hari besar, dan kejadian atau *event* lainnya itu bisa posting setiap saat tidak terbatas.

Seperti dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh *followers* @parepareinfo yang bernama St Suhaela, beliau mengatakan :

“Menurut saya berita-berita yang di sajikan @parepareinfo itu seperti berita *strgnews* berita-berita langsung atas kejadian yang ada disekitar Kota Parepare dan bebera berita bersifat positif dan beberapa juga bersifat hiburan. Menurut saya informasi yang disajikan pare2 info itu sudah bagus, namun beberapa informasi itu masih kadang kurang akurat. Akan tetapi berita yang semua disajikan oleh @parepareinfo sudah bermanfaat”¹⁴.

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas dapat di simpulkan bahwa berita-berita yang di sajikan @parepareinfo itu seperti berita *strgnews* berita-berita

¹⁴ St Suhaela, *followers Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 22 Januari 2023

langung atas kejadian yang ada disekitar Kota Parepare dan beberapa berita bersifat positif dan beberapa juga bersifat hiburan. Informasi yang disajikan pare2 info itu sudah bagus, namun beberapa informasi itu masih kadang kurang akurat. Akan tetapi berita yang semua disajikan oleh @parepareinfo sudah bermanfaat.

Proses penyebarluasan informasi yang dilakukan akun @parepareinfo tidak hanya menggunakan fitur posting di halaman *instagram* atau *feed instagram*, tetapi juga memanfaatkan fitur-fitur *instagram* yang menarik lainnya seperti *instastory* dan *instagram TV*, yang membantu keberhasilan akun @parepareinfo dalam proses penyampaian informasi.

Dalam *instagram* untuk mengetahui efek dari proses komunikasi dapat dilihat melalui *feedback* pada kolom komentar di setiap unggahan konten. *Feedback* dapat diartikan sebagai tanggapan atau respon terhadap suatu pesan, dapat bersifat positif atau negatif. Seperti salah satu postingan akun @parepareinfo mengunggah tayangan video mengenai kecelakaan di Kota Parepare. Video tersebut berdurasi satu menit dan ditemukan respon positif dari followers @parepareinfo ditandai dengan adanya komentar-komentar positif dan juga penggunaan fitur tag atau mention oleh *followers* untuk disebarluaskan kepada sesama pengguna *instagram* guna untuk meneatahui postingan tersebut.

Seperti dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh *followers* @parepareinfo yang bernama Abd Rahim Buhari, beliau mengatakan :

“Saya memfollow @parepareinfo pada tahun 2020, dan kenapa saya memfollow @parepareinfo, karena informasinya itu cepat dan update. Jadi

kalau saya ingin cari berita terupdate terkait kota Parepare pasti saya akan buka ig @parepareinfo. Dan beirta yang disajikan juga berbau positif sehingga saya merespon dengan baik setiap postingan yang disajikan oleh ig @parepareinfo”¹⁵.

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas dapat di simpulkan bahwa informan tersebut memfollow akun ig @parepareinfo pada tahun 2020 karena informasinya itu cepat dan update. Jadi kalau jika ingin cari berita *terupdate* terkait kota Parepare pasti akan buka ig @parepareinfo. Dan beirta yang disajikan juga berbau positif sehingga *followers* juga merespon dengan baik setiap postingan yang disajikan oleh IG @parepareinfo.

Akun @parepareinfo dalam memilih dan menentukan berita yang akan disajikan yaitu bersifat umum atau universal, yang mana suatu informasi tersebut tidak hanya diterima oleh anak remaja saja, akan tetapi dapat diterima semua kalangan usia termasuk orang tua anak-anak dan para pengguna Instagram @parepareinfo. Dalam pengamatan melalui postingan akun @parepareinfo, mulai dari tanggal 1 September 2018 sampai Januari 2023 didapatkan beberapa postingan yang berisi konten event, kejadian-kejadian, berita, dan pemberitahuan lainnya. Hasil data yang didapatkan dari postingan akun @parepareinfo terdapat konten event, konten pemberitahuan, konten berita, dan masih banyak informasi lainnya.

Seperti dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh admin @parepareinfo yang bernama Muhammad Husni Maulana, beliau mengatakan :

¹⁵ Abd Rahim Buhari, *followers Instagram @parepareinfo*, wawancara pada tanggal 13 Februari Januari 2023

“Kami menyajikan berita yang benar-benar bisa diterima oleh semua orang, baik remaja, orang tua maupun anak-anak. Berita yang kami sajikan pun semuanya positif. Admin @parepareinfo berharap agar para *followers* terbiasakan dengan berita-berita yang disampaikan oleh ig @parepareinfo, Berita atau informasi yang disampaikan @parepareinfo bukan saja hanya sebagai ilmu atau pengetahuan bagi para *followersnya*, tetapi bahkan bisa mengubah gaya hidup, perilaku, ataupun sikap masyarakat. Dampak di terapkannya strategi penyajian informasi viral di *Instagram* pare info yaitu kita sesuai dengan *takline* kita di pare info yakni menghimpun berbagai sumber terpercaya, jadi memang betul-betul memberikan informasi kepada *followers* atau netisen khususnya daerah parepare, bahkan berita-berita nasional agar masyarakat pare juga mengetahui. Khususnya *followers* @parepareinfo. *Instagram* @parepareinfo disini memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian khalayak pada informasi yang disajikan dari *Instagram* @parepareinfo. Dimana para pembaca berita atau para penikmat berita di *Instagram* parepareinfo memilih informasi-informasi yang mana mesti dilihat yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak¹⁶.

Berdasarkan hasil wawancara informan di atas dapat di simpulkan bahwa admin @parepareinfo menyajikan berita yang benar-benar bisa diterima oleh semua orang, baik remaja, orang tua maupun anak-anak. Berita yang @parepareinfo sajikan pun semuanya positif. Admin @parepareinfo berharap agar para *followers* terbiasakan dengan berita-berita yang disampaikan oleh ig @parepareinfo, Berita atau informasi yang disampaikan @parepareinfo bukan saja hanya sebagai ilmu atau pengetahuan bagi para *followersnya*, tetapi bahkan bisa mengubah gaya hidup, perilaku, ataupun sikap masyarakat. Dampak di terapkannya strategi penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo yaitu kita sesuai dengan *takline* kita di @parepareinfo yakni menghimpun berbagai sumber terpercaya, jadi memang betul-

¹⁶Muhammad Husni Maulana, admin *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 27 Januari 2023

betul memberikan informasi kepada *followers* atau netizen khususnya daerah parepare, bahkan berita-berita nasional agar masyarakat parepare juga mengetahui. Khususnya *followers @parepareinfo. Instagram @parepareinfo* disini memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian khalayak pada informasi yang disajikan dari *Instagram @parepareinfo*. Dimana para pembaca berita atau para penikmat berita di *Instagram parepareinfo* memilih informasi-informasi yang mana mesti dilihat yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak.

Dari penjelasan di atas dapat dikaitkan dengan teori *agenda setting theory* dimana teori ini menjelaskan peran besar media massa dalam menentukan agenda orang-orang yang terkena informasi tersebut. Masyarakat menjadi terbiasakan dengan berita-berita yang disampaikan media, sehingga menjadi bahan pembicaraan dalam pergaulan sehari-hari. Berita atau informasi yang disampaikan media tersebut bukan saja hanya sebagai ilmu atau pengetahuan bagi masyarakat, tetapi bahkan bisa mengubah gaya hidup, perilaku, ataupun sikap masyarakat. Teori *agenda setting* telah memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana media mempengaruhi khalayak. *Agenda setting* memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak. Media massa disini memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian khalayak pada informasi yang disajikan. Dimana para pembaca berita atau para penikmat berita di *Instagram parepareinfo* memilih informasi-informasi yang mana mesti dilihat yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-

isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak.

Melakukan perencanaan strategi adalah hal yang wajib dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Strategi dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan dan kegagalan sebuah proses komunikasi dalam penyajian berita. Keberhasilan bermedia sosial di ig @parepareinfo adalah tujuan admin dan direktur ig @parepareinfo. Agar dapat berhasil dalam menggunakan media sosial harus mempunyai tahap strategi yang terencana.

Seperti dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh admin @parepareinfo yang bernama Muhammad Husni Maulana, beliau mengatakan :

“Faktor yang mempengaruhi keberhasilan @parepareinfo yaitu pemilihan konten berupa foto dan video yang nyambung dengan *caption*, yang mana foto tersebut juga mengandung informasi tersendiri. Kemudian penulisan *caption* yang menarik serta penggunaan bahasa yang mudah dipahami. Seringkali saya selipkan bahasa bugis pada captionnya agar memiliki kesan yang humor. Selain itu instagram itu enak ya dan banyak penggunanya karena memang jarang ada iklan.¹⁷

Dari data di atas dapat diketahui faktor yang mempengaruhi keberhasilan akun @parepareinfo dalam proses komunikasi diantaranya adalah pesan yang mudah dipahami. Pemilihan foto dan penulisan *caption* yang menarik merupakan cara admin dalam menyampaikan pesan kepada *followers*. Selain itu persepsi positif dari *follower* juga dapat menentukan keberhasilan proses penyampaian informasi. Faktor terakhir yaitu tidak adanya gangguan komunikasi penggunaan *instagram* yang mudah diakses setiap saat. Jadi, akun @parepareinfo dalam membangun strategi bermedia sosial

¹⁷Muhammad Husni Maulana, admin *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 27 Januari 2023

hampir sempurna, ditandai dalam setiap penyampaian informasi tidak hanya bertujuan menginformasikan tetapi juga mengedukasi dan menghibur.

Berdasarkan semua hasil wawancara di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Strategi penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo ada 3 yaitu pertama mendapatkan informasi kemudian diolah lalu disampaikan (diposting), kedua di sajikan di website Parepare informasi.com kemudian ketiga di *share* di *Instagram* dan *Facebook*. Dengan penggunaan 3 strategi ini menurutnya dengan cara itu berita-berita viral yang selalu posting akan lebih cepat tersampaikan kepada para khalayak. Namun ketika ada kiriman dari netizen contohnya seperti peristiwa kecelakaan tapi tetap digali info sebelum berita itu disajikan, apakah betul atau tidak. Sehingga berita-berita yang di sampaikan akun *Instagram* @parepareinfo itu semua benar dan tidak palsu.

C. Pembentukan Opini Publik Melalui Penyajian Informasi Viral Di Media Sosial *Instagram*

Seiring berjalannya waktu dan dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih maka komunikasi akan mudah dilakukan oleh-oleh khalayak. Belakangan ini muncul berbagai macam sosial media seiring dengan kemajuan teknologi seperti *instagram*. Kemunculan sosial media *instagram* ini dimanfaatkan oleh orang-orang yang berkepentingan dalam membentuk opini publik. Di era globalisasi ini komunikasi menjadi lebih mudah dengan adanya kemajuan teknologi. Dengan adanya berbagai macam teknologi ini maka pesan yang akan disampaikan

oleh komunikator akan lebih mudah dicerna dan lebih cepat tersampaikan kepada komunikator. Istilah opini publik dapat dipergunakan untuk menandakan setiap pengumpulan pendapat yang dikemukakan individu-individu. Opini publik sering digunakan untuk menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif dari sejumlah besar orang.

Seperti dari hasil wawancara yang disampaikan oleh direktur *Instagram* @parepareinfo yang bernama Muhammad Najib M, beliau mengatakan :

“Menurut saya opini publik adalah pendapat dari orang yang digunakan menunjuk kepada pendapat-pendapat kolektif”¹⁸.

Penyajian informasi viral di *instagram* @parepareinfo dalam membentuk opini publik supaya ingin membuat berita-berita yang di *upload di ig* menjadi berita viral yang baik dalam bentuk opini publik, karena jika dilakukan secara baik akan dapat memberikan suatu kepuasan tersendiri yang dirasakan oleh para *followers-followers instagram* @parepareinfo.

Seperti dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh *followers* @parepareinfo yang bernama St Suhaela, beliau mengatakan :

“Sebagai *followers Instagram* @parepareinfo saya merasa puas dan tidak kecewa dengan apa yang di-posting adminnya pada penyampaian berita viral di *Instagram* @parepareinfo, karena berita yang disajikan itu sudah baik, namun kadang beberapa beritanya kurang akurat sehingga masih butuh banyak informasi tambahan lainnya. Walaupun secara *update* sudah sangat baik karna cepat”¹⁹.

¹⁸Muhammad Najib M, direktur *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 23 Januari 2023

¹⁹St Suhaela, *followers Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 22 Januari 2023

Kemudian dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh *followers* @parepareinfo yang bernama Abd Rahim Buhari, beliau mengatakan :

“Saya selalu puas dengan apa yang diposting oleh IG @parepareinfo karena setiap postingannya itu *terupdate*”²⁰.

Berdasarkan hasil wawancara kedua informan di atas dapat di simpulkan bahwa sebagai *followers Instagram* @parepareinfo merasa puas dan tidak kecewa dengan apa yang di-posting adminnya pada penyampaian berita viral di *Instagram* @parepareinfo, karena berita yang disajikan itu sudah baik, namun kadang beberapa beritanya kurang akurat sehingga masih butuh banyak informasi tambahan lainnya.

Pengelolaan media sosial *instagram* dirasa efektif untuk dalam pembentukan opini publik, sebob saat ini banyak sekali lembaga-lembaga yang memiliki sosial media terkhusus *instagram* sebagai media penyampaian informasi. Namun mereka hanya sekedar memiliki media sosial *instagram* tidak mengelolanya dengan begitu baik. Padahal media sosial *instagram* memberikan pengaruh terhadap masyarakat mengenai informasi yang disampaikan sesuai atau tidaknya dengan kebutuhan informasi publik, agar publik dapat menilai ketersediaan informasi yang diberikan oleh lembaga.

Dengan penyampaian informasi dilakukan, maka akan dapat memenuhi kebutuhan para *followers-followers instagram* @parepareinfo yang akan butuh dengan informasi untuk dapat mengetahui apa yang tidak diketahui dengan adanya

²⁰Abd Rahim Buhari, *followers Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 13 Februari Januari 2023

informasi dapat menjadi tahu. Sehingga para *followers-followers instagram* parepare info merasa puas dan tidak kecewa dengan apa yang di posting pada penyampaian berita viral di *instagram* parepare info dalam membentuk opini publik.

Maraknya sosial media ini dapat dimanfaatkan oleh para komunikator untuk kepentingan tertentu seperti menyampaikan informasi-informasi viral di *instagram* dalam bentuk opini publik. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. *Instagram* adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaanya.

Terkait pemberitaan pada sebuah media cetak, elektronik maupun online, ketiganya selalu menyajikan peristiwa hangat yang tengah terjadi di masyarakat atau berita berbentuk *feature* yang sifatnya tidak basi. Namun, di era dengan perkembangan komunikasi yang lebih modern ini, muncul *genre* berita baru dengan suguhan informasi yang lebih menarik, yaitu berita viral. Kata viral sendiri merupakan istilah baru yang di dunia maya yang menggambarkan penyebaran sebuah informasi melalui media online yang tersebar dengan cepat sehingga membuatnya populer dan menjadi perbincangan khalayak. Dalam artian, bukan hanya berita-berita peristiwa saja yang dimuat namun juga sengaja mengangkat sebuah cerita yang saat itu tengah menjadi perbincangan di dunia maya.

Manfaat penyajian informasi viral di *Instagram* Parepare info dalam membentuk opini publik itu sangat penting. Karena apabila sudah posting berita di ig @parepareinfo, maka orang-orang (*followers*) akan memberikan pendapat dan komentarnya di kolom komentar. Kebanyakan pendapat mereka semua bersifat positif dan merasa puas dengan berita yang disajikan oleh @parepareinfo.

Seperti dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh admin @parepareinfo yang bernama Muhammad Husni Maulana, beliau mengatakan :

“Yah kami menyajikan informasi maupun berita yang viral itu semua berbau positif. Dan menurut saya pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo yaitu kita tetap berpedoman dengan jurnalistik, kita pakai Piramida terbalik, artinya kita pakai judul yang menarik serta *caption* yang unik sehingga pembaca lebih cepat mengerti dan tertarik untuk membaca berita yang kami sajikan²¹.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa ig @parepareinfo menyajikan informasi maupun berita yang viral itu semua berbau positif. Dan menurutnya pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo yaitu tetap berpedoman dengan jurnalistik, yang digunakan Piramida terbalik, artinya digunakan judul yang menarik serta *caption* yang unik sehingga pembaca lebih cepat mengerti dan tertarik untuk membaca berita yang sajikan.

Kemudian dari hasil wawancara yang disampaikan oleh direktur *Instagram* @parepareinfo yang bernama Muhammad Najib M, beliau mengatakan :

²¹Muhammad Husni Maulana, admin *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 27 Januari 2023

“Pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di Instagram @parepareinfo yaitu yang pertama itu berita itu harus menarik, karena kami tidak asal menyebarkan berita karena kami melihat bagaimana yang menarik buat masyarakat sehingga menarik minat pembaca”²².

Sedangkan dari hasil wawancara yang di ungkapkan oleh *followers* @parepareinfo yang bernama St Suhaela, beliau mengatakan :

“Manfaat penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo dalam membentuk opini publik yaitu bisa membentuk opini publik, sehingga para pengikut @parepareinfo dapat berkomentar terkait seputar yang di kota Parepare. Apalagi jika postingan beritanya yang menarik kami sebagai *followers* merasa puas membacanya”²³.

Berdasarkan hasil wawancara kedua informan di atas dapat di simpulkan bahwa pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo yaitu yang pertama itu berita itu harus menarik, karena yang disajikan tidak asal menyebarkan berita karena dilihat dulu apakah berita disajikan menarik buat masyarakat atau tidak sehingga menarik minat pembaca. Para *followers* juga bisa berpendapat pada postingan-postingan ig @parepareinfo terkait seputar yang di kota Parepare.

Setiap individu memiliki pendapat masing masing mengenai isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, namun biasanya setiap individu komunikasi akan membahas isu yang sama disaat mereka memiliki waktu untuk mengeluarkan pendapat dan berdiskusi mengenai isu tersebut, maka dari hasil diskusi itu terbentuklah opini publik yang mewakili pendapat dari banyak individu. Tentunya untuk

²²Muhammad Najib M, direktur *Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 23 Januari 2023

²³ St Suhaela, *followers Instagram* @parepareinfo, wawancara pada tanggal 22 Januari 2023

meyampaikan pesan tersebut para komunikator membutuhkan sebuah media agar para komunikan bisa menerima pesan yang disampaikanya tersebut. Opini publik terjadi karena adanya pesan dari komunikator kemudian terjadilah diskusi diantara para komunikan lalu para komunikan itu mengambil sebuah sikap terhadap isi pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pendapat para komunikan ini bisa pendapat yang positif atau bahkan pendapat negatif.

Berdasarkan semua hasil wawancara di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di media sosial *Instagram* @parepareinfo yaitu tetap berpedoman dengan jurnalistik, yang digunakan Piramida terbalik, artinya digunakan judul yang menarik serta *caption* yang unik sehingga pembaca lebih cepat mengerti dan tertarik untuk membaca berita yang disajikan. Karena *instagram* @parepareinfo tidak asal menyebarkan berita karena *Instagram* @parepareinfo juga melihat bagaimana berita-berita yang menarik buat masyarakat (*followers*).

Agenda Media	Agenda Publik	Agenda Kebijakan
<p>Para <i>followers Instagram</i> @parepareinfo memilih informasi-informasi yang mana mesti dilihat yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak.</p>	<p>Manfaat penyajian informasi viral di <i>Instagram</i> @parepareinfo dalam membentuk opini publik yaitu bisa membentuk opini publik, sehingga para pengikut @parepareinfo dapat berkomentar terkait seputar yang di kota Parepare. Apalagi jika postingan beritanya yang menarik kami sebagai followers merasa puas membacanya Visibilitas, yaitu jumlah dan tingkat menonjolnya berita.</p>	<p>Penyajian informasi viral di <i>instagram</i> @parepareinfo dalam membentuk opini publik supaya ingin membuat berita-berita yang di <i>upload di ig</i> menjadi berita viral yang baik dalam bentuk opini publik, karena jika dilakukan secara baik akan dapat memberikan suatu kepuasan tersendiri yang dirasakan oleh para <i>followers-followers instagram</i> parepare info. Dengan adanya strategi-strategi penyampaian informasi dilakukan, maka akan dapat memenuhi kebutuhan para <i>followers-followers instagram</i> parepare info yang akan butuh dengan informasi untuk dapat mengetahui apa yang tidak diketahui dengan adanya informasi dapat menjadi tahu. Sehingga para <i>followers-followers instagram</i> parepare info merasa puas dan tidak kecewa dengan apa yang di posting pada penyampaian berita viral di <i>instagram</i> parepare info dalam membentuk opini publik. Strategi penyajian informasi viral di <i>Instagram</i> @parepareinfo ada 3 yaitu pertama mendapatkan informasi kemudian diolah lalu disampaikan (diposting), kedua disajikan di <i>website</i> Parepare informasi.com kemudian ketiga di <i>share</i> di <i>Instagram</i> dan <i>Facebook</i>. Dengan penggunaan 3 strategi ini menurutnya dengan cara itu berita-berita viral yang selalu posting akan lebih cepat tersampaikan kepada para khalayak.</p>

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian di atas mengenai “Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik”, maka pada bagian penutup skripsi ini, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi penyajian informasi viral di *Instagram* @parepareinfo ada 3 yaitu pertama mendapatkan informasi kemudian diolah lalu disampaikan (diposting), kedua disajikan di *website* Parepare informasi.com kemudian ketiga di *share* di *Instagram* dan *Facebook*. Dengan penggunaan 3 strategi ini menurutnya dengan cara itu berita-berita viral yang selalu posting akan lebih cepat tersampaikan kepada para khalayak. Namun ketika ada kiriman dari netizen contohnya seperti peristiwa kecelakaan tapi tetap digali info sebelum berita itu disajikan, apakah betul atau tidak. Sehingga berita-berita yang di sampaikan akun *Instagram* @parepareinfo itu semua benar dan tidak palsu.
2. Pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di media sosial *Instagram* @parepareinfo yaitu tetap berpedoman dengan jurnalistik, yang digunakan Piramida terbalik, artinya digunakan judul yang menarik serta *caption* yang unik sehingga pembaca lebih cepat mengerti dan tertarik untuk membaca berita yang sajikan. Karena *instagram* @parepareinfo tidak asal

menyebarkan berita karena *Instagram* @parepareinfo juga melihat bagaimana berita-berita yang menarik buat masyarakat (*followers*). Para *followers* juga bisa berpendapat pada postingan-postingan ig @parepareinfo terkait seputar yang di kota Parepare.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi lembaga *Instagram*, diharapkan untuk terus memperbaharui tampilan serta fasilitas yang disediakan *Instagram* agar pengguna tidak cepat bosan dan semakin tertarik.
2. Bagi pengguna aktif media sosial *Instagram*, dapat memanfaatkan dengan baik segala fasilitas dan fitur yang dimiliki media sosial *Instagram*. Dapat menjadi pengguna yang bijak dan cerdas dalam menggunakan media sosial *Instagram*.
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk menggali lebih dalam fenomena penyajian informasi viral di *instagram* parepare info dalam membentuk opini *public*, dengan memilih berita-berita yang lebih viral lagi, agar data yang dimiliki semakin beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. *Press Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardial. 2015. *Penelitian Komunikasi*. Cet.2 Jakarta: PT. BumiAksara.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bugin, Burhan. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Damin. Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Cet. 1. Bandung: Pustaka Setia.
- Elfi Yanti Ritonga. *Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi*. Jurnal: SIMBOLIKA, Vol. 4 (1) April (2018) ISSN 2442- 9198X (Print), ISSN 2442-9996 (Online)
- Fandi, Tjiptono, 1995. *Strategi Pemasaran* Jakarta: Andi.
- Hadiati S, Nikmah. 2012. *Opini Publik*. Pasuruan: Lunar Jaya.
- Hafied Cangara. 2009. *Komunikasi politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hamidi. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. III; Malang: UNISMUH Malang.
- Haryatmoko. 2009. “*Mengarahkan Opini Publik*”, kliping harian Kompas.
- Irwan Syari Tanjung, M. Fachri Syahreza. 2018. “*Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi*”

UNIMED". Jurnal Interaksi.

Kholil, S. 2007. *Komunikasi Islami*. Bandung: Citapustaka Media.

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Edisi Millinium I*. Jakarta: PT Prehindo.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Littlejohn, S.W. dan Karen A.F. 2009. oleh Mohammad Yusuf Hamdan, *Theories of Human Communications*, 9 th ed Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika

Margono. 2004. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cet 4. Jakarta: Rineka Cipta.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet II. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

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

Oliver, Sandar. 2006. *Strategi Public Relations*. Londo: Erlangga.

Pawit M. Yusuf. 2004. *Teori dan Praktis Penelusran Informasi :Informasi Retrieval*. Jakarta: Prenda Media Group.

Radial. 214. *Pradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Rasyid, Harun. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial dan Agama*. Pontianak: STAIN Pontianak.

Riyanto, Yatim. 2001. *Metode Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.

Rohmalina Wahab. 2015. *Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sakti, Satria. 2014. *Strategi Portal Berita Tribun Timur.com dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN ALaudin Makassar.

Santoso. 1990. Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam

Komunikasi Sosial. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sastropoetro. Santoso. 1990. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Siagian, Sondang. 1986. *Analisis serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*. Jakarta: PT Gunung Agung.

Sofian Effendi, Masri Singarimbun. 1986. *Metode Penelitian Survei*. Cet. I; Jakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial.

Sugiarto, Mathew. 2018. *Instagram Marketing*. Jakarta Selatan: PT. Pengembang Lintas Pengetahuan.

Sukmadinata. Nana Syaodih. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.


Syahrina Mutmainnah. 2016. *Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.com*". Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Tom E. Rolnicki dkk. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme: Scholastic Journalism*. Jakarta: Prenadamedia Group.



LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Izin Penelitian ke DPM dan PTSP


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jalan Amal Bakid No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B- 191 /In.39/FUAD.03/PP.00.9/01/2023 Parepare, 17 Januari 2023
 Lamp : -
 Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
 Walikota Parepare
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
 Di-
 Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare menerangkan bahwa:



Nama	: MUH SYUKUR
Tempat/Tgl. Lahir	: Bakaru, 31 Mei 1999
NIM	: 17.3600.009
Semester	: XI (Sebelas)
Alamat	: Bakaru Dusun Tallu Banua Bakaru Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang

Bermaksud melaksanakan penelitian dalam rangka penyelesaian Skripsi sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Adapun judul Skripsi :

STRATEGI PENYAJIAN INFORMASI VIRAL DI INSTAGRAM PAREPARE INFO DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan penelitian di Wilayah Kota Parepare terhitung mulai tanggal **18 Januari 2023 s/d 18 Februari 2023**.
 Demikian harapan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr. Wb


 Dekan,

 Dr. A. Nur Kidam, M.Hum
 NIP. 19641231 199203 1 045

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian Dari DPM dan PTSP

		SRN IP0000092
PEMERINTAH KOTA PAREPARE DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU <i>Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111. Email : dpmpstp@pareparekota.go.id</i>		
<u>REKOMENDASI PENELITIAN</u> Nomor : 92/IP/DPM-PTSP/1/2023		
Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian. 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.		
Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :		
M E N G I Z I N K A N		
KEPADA NAMA	: MUH. SYUKUR	
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)	
Jurusan	: JURNALIS ISLAM	
ALAMAT	: BAKARU, KEC. LEMBANG, KABUPATEN PINRANG	
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :	
JUDUL PENELITIAN	: STRATEGI PENYAJIAN INFORMASI VIRAL DI INSTAGRAM PAREPARE INFO DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK	
LOKASI PENELITIAN	: KECAMATAN Se-KOTA PAREPARE	
LAMA PENELITIAN	: 23 Januari 2023 s.d 28 Februari 2023	
a.	Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung	
b.	Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan	
Dikeluarkan di: Parepare Pada Tanggal : 25 Januari 2023		
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE		
		
Hj. ST. RAHMAM AMIR, ST, MM Pangkat : Pembina (IV/a) NIP : 19741013 200604 2 019		
Biaya : Rp. 0.00		

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)

Balai
Sertifikasi
Elektronik

KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan data/penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati Ketentuan Peraturan Perundang -undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasil penelitian kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare) dalam bentuk Softcopy (PDF) yang dikirim melalui email : litbangappedaparepare@gmail.com.
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Lembar Kedua Izin Penelitian



Lampiran 3. Surat Keterangan Telah Meneliti



SURAT KETERANGAN
Nomor : 011/PII/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini Direktur PT MEDIA GROUP PAREPARE INFORMASI, menerangkan bahwa :

Nama : **MUH. SYUKUR**
 Tempat/Tgl Lahir : Bakaru, 31 Mei 1999
 NIM : 17.3600.009
 Universitas/Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN PAREPARE)
 Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 Jurusan : Jurnalistik Islam

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian (Research) di PT. Media Group Parepare Informasi, terhitung mulai tanggal 26 – 27 Januari 2023 guna penulisan skripsi dengan judul **“STRATEGI PENYAJIAN INFORMASI VIRAL DI INSTAGRAM PAREPARE INFO DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 30 Januari 2023

DIREKTUR


Lampiran 4. Pedoman Wawancara



Nama : Muh Syukur

NIM : 17.3600.009

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Judul Penelitian: Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info
 Dalam Membentuk Opini Publik

PEDOMAN WAWANCARA

A. DIREKTUR *INSTAGRAM* PAREPARE INFO

1. Sejak kapan *instagram* parepare di buat?
2. Sejak kapan anda menjadi direktur *instagram* parepare info?
3. Berita-berita apa saja yang diupload di *Instagram* parepare info?
4. Apakah berita yang disajikan semua bernilai positif atau tidak?
5. Bagaimana strategi penyajian informasi viral di *instagram* parepare info?
6. Menurut pendapat anda apa itu *instagram*?
7. Bagaimana pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di media sosial *instagram*?
8. Apa dampak diterapkannya strategi penyajian informasi viral di *Instagram* parepare info?
9. Apa manfaat penyajian informasi viral di *Instagram* parepare info dalam

membentuk opini publik?

10. Apakah followers-followers *Instagram* parepare info merasa puas dan tidak kecewa dengan apa yang diposting pada penyampaian berita viral di *instagram* parepare info dalam membentuk opini publik?
11. Apakah ada batasan saat memposting di *insatgram*?
12. Apakah berita-berita yang disajikan di *instagram* ini bermanfaat bagi para followers?
13. Para followers *Instagram* parepare info apakah penggunanya berasal dari kalangan dewasa saja?

B.ADMIN INSTAGRAM PAREPARE INFO

1. Sejak kapan *instagram* parepare di buat?
2. Sejak kapan anda menjadi admin *instagram* parepare info?
3. Berita-berita apa saja yang diupload di *Instagram* parepare info?
4. Apakah berita yang disajikan semua bernilai positif atau tidak?
5. Apakah konten akun *instagram* parepare info biasanya banyak dikaitkan dengan nilai-nilai keislaman?
6. Bagaimana strategi penyajian informasi viral di *instagram* parepare info?
7. Menurut pendapat anda apa itu *instagram*?
8. Bagaimana pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di media sosial *instagram*?
9. Apa dampak diterapkannya strategi penyajian informasi viral di *Instagram*

parepare info?

10. Apa manfaat penyajian informasi viral di *Instagram* parepare info dalam membentuk opini publik?
11. Apakah followers-followers *Instagram* parepare info merasa puas dan tidak kecewa dengan apa yang diposting pada penyampaian berita viral di *instagram* parepare info dalam membentuk opini publik?
12. Apakah ada batasan saat memposting di *insatgram*?
13. Apakah berita-berita yang disajikan di *instagram* ini bermanfaat bagi para followers?
14. Para followers *Instagram* parepare info apakah penggunanya berasal dari kalangan dewasa saja?

C.FOLLOWERS INSTAGRAM PAREPARE INFO

1. Sejak kapan anda memfollow *instagram* parepare dan mengapa anda memfollow Instagram parepare info?
2. Menurut anda apakah informasi yang disajikan di *instagram* parepare info sudah sesuai? mengapa?
3. Menurut pendapat anda apa itu *Instagram* ?
4. Berita-berita apa saja yang diuplod di Instagram parepare info? Apakah berita yang disajikan semua bernilai positif atau tidak?
5. Apakah konten akun *instagram* parepare info biasanya banyak dikaitkan dengan nilai-nilai keislaman?

6. Menurut anda bagaimana strategi penyajian informasi viral di instagram parepare info?
7. Bagaimana pembentukan opini publik melalui penyajian informasi viral di media sosial intagram?
8. Apa dampak diterapkannya strategi penyajian informasi viral di Instagram parepare info?
9. Apa manfaat penyajian informasi viral di Instagram parepare info dalam membentuk opini publik?
10. Apakah anda sebagai followers *Instagram* parepare info merasa puas dan tidak kecewa dengan apa yang diposting adminnya pada penyampaian berita viral di *instagram* parepare info dalam membentuk opini publik?
11. Apakah anda selalu memperhatikan dan melihat postingan-postingan berita *Instagram* parepare info?
12. Apakah berita-berita yang disajikan *Instagram* parepare info ini bermanfaat bagi para followers?

Parepare, 02 Februari 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

Muhammad Haramain, M.Sos.I
NIP: 19840312201503003

Nahrul Hayat, M.I.Kom
NIP: 199011302018011001

Lampiran 5

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

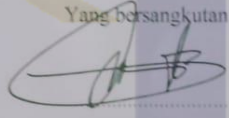
Yang bertanda tangan dibawah ini adalah :

Nama Lengkap : MUAAMMAD HUNI MAULANA
Umur : 22
Jenis kelamin : LAKILAKI

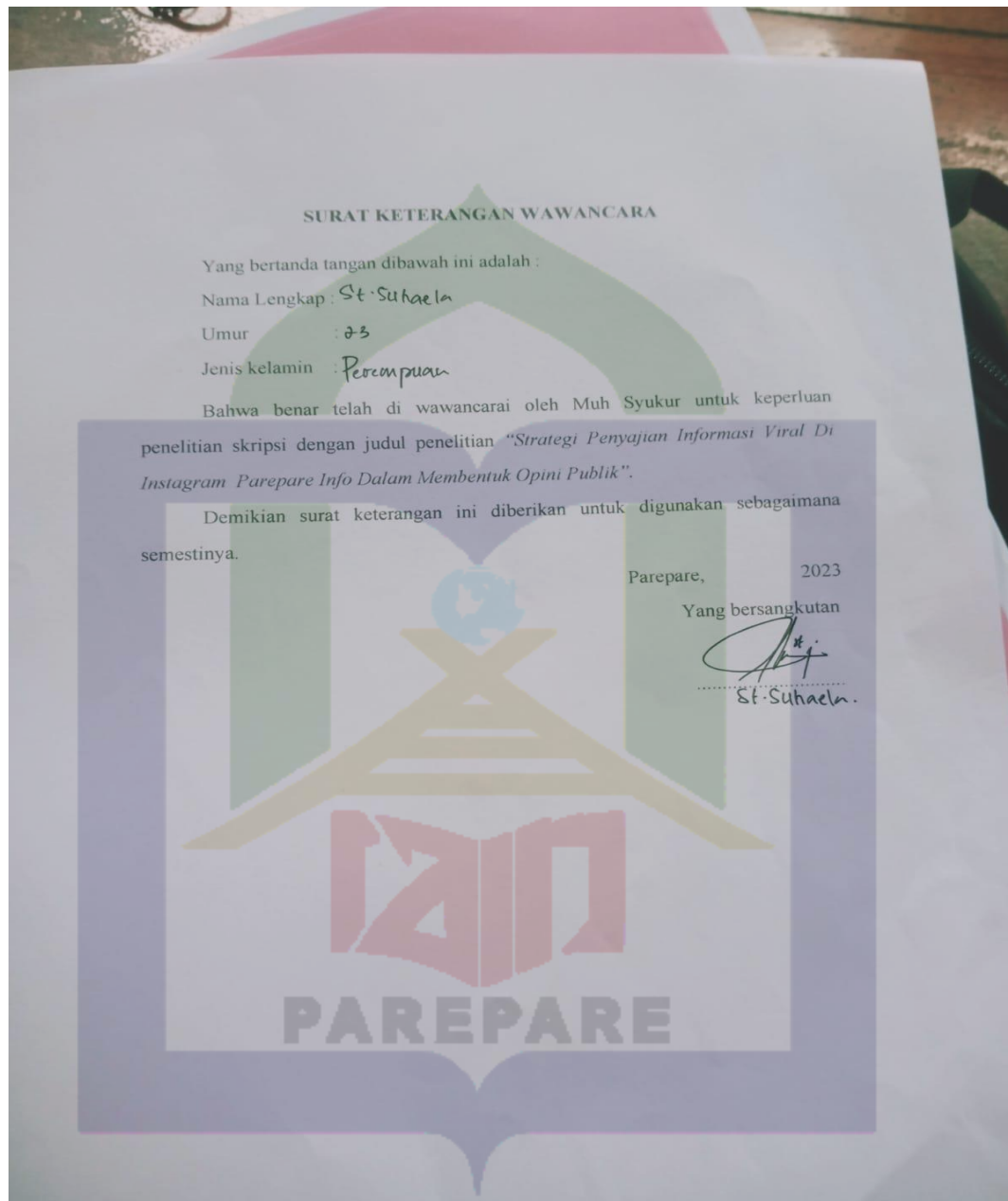
Bahwa benar telah di wawancarai oleh Muh Syukur untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "Strategi Penyajian Informasi Viral Di Instagram Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya

Parepare, 27 Januari 2023
Yang bersangkutan



IAIN
PAREPARE



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah :

Nama Lengkap : MUH. NAJIB M

Umur : 28

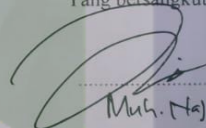
Jenis kelamin : LAKI-LAKI

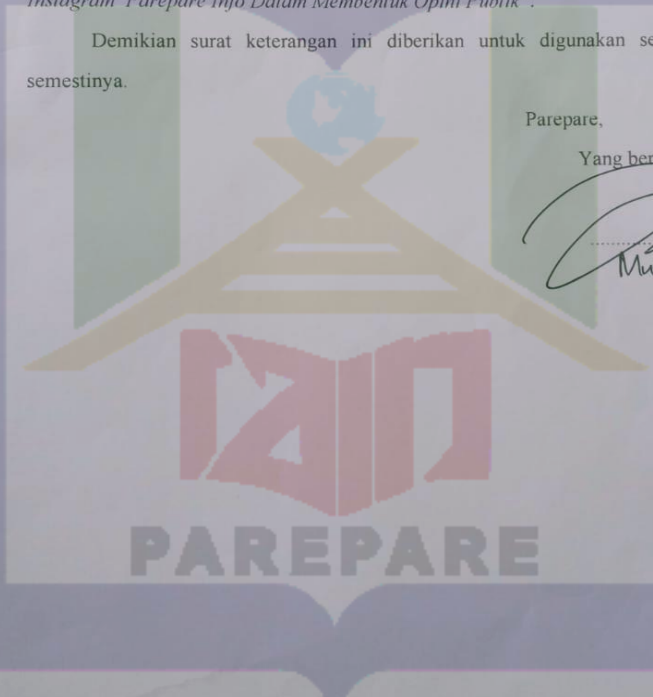
Bahwa benar telah di wawancarai oleh Muh Syukur untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Strategi Penyajian Informasi Viral Di Instagram Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik*".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, 2023

Yang bersangkutan


Muh. Najib M


PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah :

Nama Lengkap : *HAMISA BUABARA*

Umur : *23 tahun*

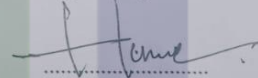
Jenis kelamin : *perempuan*

Bahwa benar telah di wawancarai oleh Muh Syukur untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Strategi Penyajian Informasi Viral Di Instagram Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik*".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, *12/02* 2023

Yang bersangkutan



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah :

Nama Lengkap : *ABD. Rahim Zuhairi*

Umur : *28 tahun*

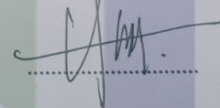
Jenis kelamin : *Laki-laki*

Bahwa benar telah di wawancarai oleh Muh Syukur untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Strategi Penyajian Informasi Viral Di Instagram Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik*".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, *13/07* 2023

Yang bersangkutan



PAREPARE

Lampiran 6. Dokumentasi

Wawancara dengan direktur Instagram @parepareinfo



Wawancara dengan admin Instagram @parepareinfo



Wawancara dengan *Followers Instagram @parepareinfo*





BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama Muh Syukur Lahir di Desa Bakaru Kec Lembang Kab Pinrang Sulawesi Selatan 31 Mei 1999. Yang merupakan anak terakhir dari 8 bersaudara dari Pasangan Sakka dan Cipa. Penulis memulai pendidikan di SDN 155 Bakaru pada tahun 2006 hingga lulus pada tahun 2012. Dan selanjutnya melanjutkan sekolah di SMPN 5 Lembang tahun 2012 dan lulus pada tahun 2015. Dan selanjutnya melanjutkan sekolah di SMKN 5 Pinrang pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan program S1 di IAIN Parepare dengan mengambil program studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan dakwah. Semasa penulis menjadi mahasiswa, penulis pernah menjadi ketua Hima prodi Jurnalistik Islam pada tahun 2018-2019. Kemudian penulis bergabung di pengurus HMJ DAKOM pada tahun 2018, senat mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan dakwah (SEMA FUAD) sebagai ketua komisi A undang-undang tahun 2020-2021. Penulis juga bergabung dalam organisasi eksternal luar kampus HMI Kom.Bumi Harapan Tahun 2017 dan sebagai sekertaris umum HMI Komisariat, pada tahun 2020-2021. Penulis juga bergabung di organisasi daerah FORUM MAHASISWA BAKARU (FOMBAR) sebagai kordinator pengawasan pembangunan desa.

Dengan berbagai dukungan, ketekunan serta motivasi tinggi untuk belajar dan berusaha dalam menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata dari penulis yakni mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesainya skripsi yang berjudul “Strategi Penyajian Informasi Viral Di *Instagram* Parepare Info Dalam Membentuk Opini Publik”.