

SKRIPSI

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA
AKUN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
PINRANG INFO**



OLEH :

**YUSRAN FAHAB
NIM. 17.3600.021**

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

2024 M / 1444 H

**ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA
AKUN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
PINRANG INFO**



OLEH:

**YUSRAN FAHAB
NIM. 17.3600.021**

Skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial(S.Sos)
Pada Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Parepare

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

2024 M / 1444 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media
Instagram Pada Pinrang Info

Nama Mahasiswa : Yusran Fahab

Nomor Induk Mahasiswa : 17.3600.021

Fakultas : Ushuluddin, Adab Dan Dakwah

Program Studi : Jurnalistik Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah

Nomor: B-2372/In.39.7/PP.00.9/11/2021

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Dr. Nurhikmah, M.Sos.I.

NIP : 198109072009012005

Pembimbing Pendamping : Muhammad Haramain, M.Sos.I.

NIP : 198403122015031003

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah



Dr. A. Nurkadam, M. Hum
NIP. 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul skripsi : Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media
Instagram Pada Pinrang Info

Nama Mahasiswa : Yusran Fahab

NIM : 17.3600.021

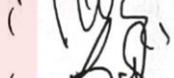
Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Nomor: B-2372/In.39.7/PP.00.9/11/2021

Tanggal Kelulusan : 30 Januari 2024

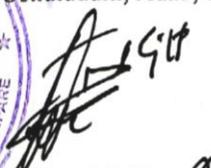
Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Nurhikmah, M.Sos.I.	(Ketua)	())
Muhammad Haramain, M.Sos.I.	(Sekretaris)	())
Nurhakki, S.Sos., M.Si.	(Anggota)	())
Nahrul Hayat, M.I.Kom.	(Anggota)	())

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah




Dr. A. Nurkidam, M. Hum
NIP. 196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِمْ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Habiba dan Ayahanda Fajar tercinta berkat pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat waktu.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Dr. Nurhikmah, M.Sos.I., dan Bapak Muhammad Haramain, M.Sos.I. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

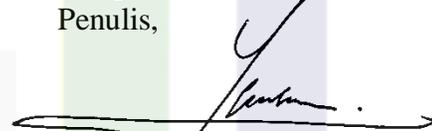
1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr.A. Nurkidam, M. Hum, sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Bapak Nahrul Hayat, M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Jurnalistik Islam yang telah banyak memberikan dukungan, bantuan dan meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Ibu Dr. Zulfah, M.Pd. sebagai Penasihat Akademik yang telah banyak memberikan dukungan, bantuan dan meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengajari dan membagi ilmu kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
6. Kepala perpustakaan IAIN beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penyusunan skripsi ini.
7. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah banyak membantu mulai proses menjadi mahasiswa sampai keberbagai pengurusan untuk berkas ujian penyelesaian studi.
8. Teman-teman saya Nigo Agung Wicaksono, Muhammad Aryadi, Andi Lutfi, Alfian Nasrin, Andry Pratama, Faisal, Wiwiwinanda, Lutpia, dan Wahyu Ananda yang selalu menyemangati dan memberikan motivasi selama pengerjaan Skripsi ini.
9. Teman seperjuangan Jurusan Jurnalistik Islam angkatan 2017, yang kebersamaian dari awal perkuliahan serta memberi semangat, motivasi dan bantuan dalam proses pengerjaan skripsi ini.

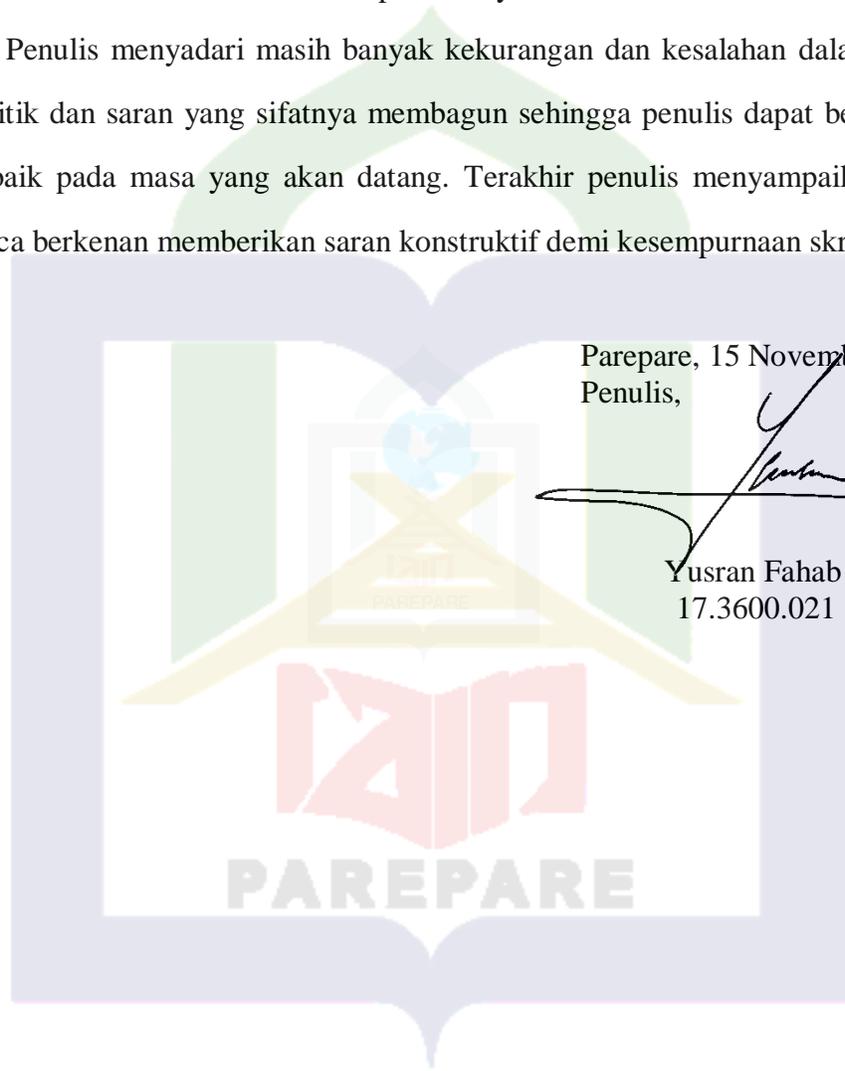
Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik morel maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini. Kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga penulis dapat berkarya yang lebih baik pada masa yang akan datang. Terakhir penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 15 November 2023
Penulis,



Yusran Fahab
17.3600.021



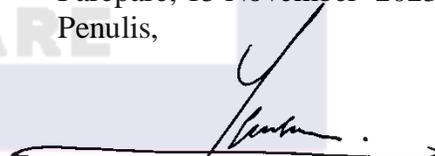
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yusran Fahab
NIM : 17.3600.021
Tempat/Tgl Lahir : Pinrang, 27 April 1999
Program Studi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media
Instagram Pada Pinrang Info

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 15 November 2023
Penulis,



Yusran Fahab
NIM. 17.3600.021

ABSTRAK

Yusran Fahab. *Analisis Persepsi Khalayak Pada Media Sosial Instagram Pada Pinrang Info*. (dibimbing oleh Nurhikmah dan Muhammad Haramain).

Media sosial bukan hanya sekadar alat teknologi, melainkan juga merupakan fenomena sosial yang mempengaruhi cara komunikasi, interaksi, dan berbagi informasi diantara individu yang terhubung dalam jaringan tersebut. *Pinrang_Info* sebagai salah satu pengguna media sosial *Instagram* dengan akun *Instagram* “*Pinrang_Info*” media sosial informasi di Kabupaten Pinrang yang dijadikan wadah penyampaian kepada masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap pemberitaan pada akun *Pinrang_Info*.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan permasalahan yang dirumuskan dan mempermudah pelaksanaan penelitian. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan, informan dipilih berdasarkan *Purposive Sampling*. Teori yang dipakai yaitu teori *Encoding Decoding* Stuart Hall dan Teori *New Media*.

Hasil dari penelitian ini 1) *Instagram Pinrang_Info* sebagai penyedia informasi lokal memiliki jenis informasi yang sering dibagikan, salah satunya informasi seputar Kota Pinrang. 2) Sebagian khalayak berada pada posisi dominan. Di sisi lain, ada yang mengambil posisi negosiasi, menerima sebagian informasi dan tidak untuk beberapa konten yang dianggap kurang informatif atau tidak sesuai harapan. Terakhir, tidak ada narasumber yang secara eksplisit mengambil posisi oposisi.

Kata kunci : Instagram. Pinrang Info, Resepsi, Sosial Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	12
B. Tinjauan Teori	17

1. Teori Resepsi Khalayak	17
2. Teori New Media	20
C. Tinjauan Konseptual	24
1. Informasi	24
2. Sosial Media	27
3. Instagram.....	31
D. Kerangka Berpikir	39
BAB III.....	40
METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
1. Lokasi Penelitian	41
2. Waktu Penelitian.....	41
C. Fokus Penelitian	42
D. Jenis dan Sumber Data.....	42
1. Data Primer	42
2. Data Sekunder	43
E. Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Data.....	43
1. Observasi.....	43
2. Wawancara	44
3. Dokumentasi.....	44
4. Uji Keabsahaan Data	45

BAB IV	51
HASIL PENELITIAN.....	51
A. Bentuk Informasi di Akun Media Sosial pinrang_info.....	51
1. Informasi Seputar Kota Pinrang	53
2. Informasi Kriminalitas	54
3. Informasi usaha / UMKM	55
4. Informasi lokasi Wisata	56
5. Informasi Seputar Pemerintahan Kota Pinrang	57
6. Informasi Pemberitaan Nasional	58
7. Informasi Orang Hilang	58
8. Informasi Prestasi Warga Pinrang	59
9. Informasi Lowongan Pekerjaan.....	59
10. Informasi Event.....	59
B. Resepsi Khalayak Masyarakat Terhadap Informasi pinrang_info	60
1. Posisi Dominan.....	66
2. Posisi Negosiasi.....	70
3. Posisi Oposisi	75
BAB V.....	77
PENUTUP.....	77
A. Simpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	I

LAMPIRAN IV

BIODATA PENULIS LXIV



DAFTAR GAMBAR

NO	Judul Gambar	Halaman
----	--------------	---------

2.1	Kerangka Pikir	22
4.1	Tampilan awal akun Instagram <i>Pinrang_Info</i>	47
4.2	Infomasi seputar Kota Pinrang	49
4.3	Informasi Kriminalitas	50
4.4	Informasi Usaha/UMKM	51
4.5	Informasi Pemerintahan Kota Pinrang	52
4.6	Informasi pemberitaan Nasional	53



DAFTAR LAMPIRAN

NO	Judul Lampiran	Halaman
1	Instrumen Penelitian	V
2	Hasil Wawancara	VII
3	Data Informan	XXV
4	Surat Keterangan Wawancara	XXXVI
5	Surat Izin Penelitian dari Kampus	XXX
6	Surat Rekomendasi Dari PEMDA	XXXI
7	Surat Keterangan Telah Meneliti	XXXII
8	Dokumentasi	XXXIII
9	Biodata Penulis	XXXV
10	Cek Hasil Turnitin	XXXVI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat. Berbagai macam informasi dengan mengakses lewat internet. Bahkan semua kalangan dapat memanfaatkan teknologi ini dalam berbagai bidang. Teknologi tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi maupun potensi sumber daya suatu wilayah atau daerah.

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media – media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang dalam pembahasan sering disebut dengan istilah, seperti *Informational* serta pengetahuan atau *knowing*.

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial *network* atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial *online* merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat

broadcast media monologue (satu ke banyak audiens) ke media sosial dialogue (banyak audiens ke banyak audiens). Jenis serta komposisi media sosial *online* di dunia virtual sangat beragam, antara lain jejaring sosial (*Facebook, Instagram, Friendster, LinkedIn*, dan sebagainya), *microblogging platform* (*Twitter, Plurk, KoproL*, dan lain-lain), jejaring berbagi foto serta video (*Flickr, Youtube*, dan sebagainya), *Podcast, Chat rooms, Message board, Forum, Mailing list*, serta masih banyak lainnya.¹

Pada kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa media social atau media *online* merupakan sarana berbagi informasi dan memudahkan seseorang untuk saling berinteraksi, dan dengan adanya internet atau sosial media sekarang orang orang dapat menyampaikan berita yang dulunya hanya dari satu orang ke banyak orang sekarang menjadi banyak orang ke banyak audience, dan sudah banyak media sosial yang dipergunakan untuk berbagi informasi secara cepat dan menyebar ke orang orang. Informasi sendiri telah dipaparkan dalam kitab suci QS. Al-Hujurat/49:6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.²

¹ Puguh Kurniawan, Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh, (Jawa Timur : Universitas Trunojoyo Madura, 2017) h 220.

² Departemen Agama RI (Al-Qur'an dan Terjemahannya, Jakarta, Salinan 533, 2017) h.516.

Ayat ini memberikan pengajaran yang penting bagi umat Islam dalam menanggapi berita atau informasi yang diterima. Allah SWT mengingatkan agar orang-orang yang beriman tidak terburu-buru dalam menyebarkan berita atau mengambil tindakan berdasarkan informasi yang belum diverifikasi kebenarannya.

Allah SWT memanggil mereka yang beriman dengan kata "Ya ayyuha alladzina amanu" (Hai orang-orang yang beriman) sebagai penekanan bahwa pesan ini khusus ditujukan kepada mereka yang memiliki keyakinan dalam hati mereka.

Ayat ini menyarankan agar setiap individu atau masyarakat harus berhati-hati dan bijaksana dalam menerima berita. Ketika ada seseorang yang datang membawa berita yang mungkin meragukan kejujurannya atau ada potensi untuk menyebabkan konflik atau kerugian bagi kelompok lain, maka Allah SWT memerintahkan untuk menyelidiki kebenaran berita tersebut sebelum mengambil tindakan.

Tujuannya adalah untuk mencegah penyebaran fitnah atau pembbohongan yang dapat menyebabkan ketidakadilan dan kerugian pada orang lain. Dalam prosesnya, kita harus memastikan bahwa informasi yang kita terima adalah benar dan valid sebelum kita bertindak berdasarkan informasi tersebut.

Jika kita tidak memperhatikan arahan ini dan dengan ceroboh menyebarkan berita yang belum terverifikasi, walau mungkin akan menimbulkan kesulitan atau kerugian pada orang atau kelompok lain. Ketika kesalahan itu disadari, kita akan menyesali tindakan kita dan merasa menyesal atas konsekuensi yang tidak diinginkan.

Keseluruhannya dari ayat ini menekankan pentingnya kejujuran, kebijaksanaan, dan keadilan dalam menanggapi informasi yang diterima. Kita sebagai umat Muslim dituntut untuk menjadi orang-orang yang bertanggung jawab dan cerdas dalam menyaring berita agar kita tidak terjebak dalam kesalahan yang dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Diperlukan pendekatan dari teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud media sosial. Juga, termasuk perlunya pembahasan khusus untuk mencari hubungan antara media dan masyarakat.³

Penjelasan tentang media sosial, ada dua pengertian dasar yang telah dijelaskan. Namun, tidaklah mudah untuk membuat definisi yang tepat tentang media sosial hanya berdasarkan perangkat teknologi yang digunakan. Dalam hal ini, diperlukan pendekatan yang melibatkan teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan media sosial dari jenis media lainnya yang ada di internet. Sebelum sampai pada kesimpulan tentang apa yang sebenarnya dimaksud dengan media sosial, perlu adanya pembahasan yang mendalam untuk menemukan hubungan yang terjalin antara media dan masyarakat.

Media sosial bukan hanya sekadar alat teknologi, melainkan juga merupakan fenomena sosial yang mempengaruhi cara komunikasi, interaksi, dan berbagi

³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017). h 9.

informasi di antara individu-individu yang terhubung dalam jaringan tersebut. Dalam menjelaskan media sosial, perlu melibatkan pemahaman mengenai peran dan dampaknya dalam kehidupan sosial, budaya, dan politik. Hal ini melibatkan aspek-aspek seperti bagaimana media sosial memengaruhi pembentukan identitas, memfasilitasi komunitas, dan memberikan platform bagi partisipasi publik.

Memahami hubungan yang kompleks antara media dan masyarakat, serta peran yang dimainkan oleh media sosial dalam dinamika sosial, kita dapat memperoleh wawasan yang lebih baik tentang apa yang sebenarnya dimaksud dengan media sosial dan bagaimana fenomena ini mempengaruhi kehidupan kita sehari-hari.

Perkembangan konten maupun program di media tradisional kekinian tidak lagi sekedar menempatkan khalayak sebagai objek. Khalayak telah dilibatkan dan menjadi bagian dari produksi sampai pada penyebaran konten atau disebut dengan *audience participation*. Akan tetapi, pelibatan khalayak ini tidak berarti khalayak memiliki kekuasaan penuh dalam memproduksi konten. Khalayak tetap berada di lingkaran luar institusi media dan tidak semua konten dapat melibatkan khalayak.⁴

Membahas perkembangan konten dan program dalam media tradisional saat ini, yang tidak lagi memosisikan khalayak sebagai objek pasif. Khalayak sekarang dilibatkan dalam proses produksi dan penyebaran konten melalui apa yang dikenal sebagai *audience participation* atau partisipasi khalayak. Namun, penting untuk dicatat bahwa pelibatan khalayak ini tidak berarti bahwa mereka memiliki kekuasaan penuh dalam memproduksi konten.

⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017). h 94-95.

Perubahan ini mencerminkan evolusi dalam dinamika antara media dan khalayak. Sebelumnya, khalayak hanya menjadi penerima atau konsumen pasif dari konten yang disajikan oleh institusi media. Namun, dengan adanya *audience participation*, khalayak sekarang memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam proses produksi konten tersebut.

Pelibatan khalayak dapat terjadi dalam berbagai bentuk. Mereka dapat berpartisipasi dengan memberikan masukan, ide, atau kontribusi kreatif dalam pembuatan konten. Misalnya, melalui kolom komentar, voting, atau pemilihan konten yang akan disajikan. Dalam beberapa kasus, khalayak juga dapat diminta untuk mengirimkan konten mereka sendiri, seperti foto, video, atau cerita, yang kemudian dapat diintegrasikan ke dalam program atau konten media.

Namun, meskipun khalayak dilibatkan dalam proses produksi, perlu dicatat bahwa mereka masih berada di luar lingkaran institusi media. Artinya, tidak semua konten atau program dapat melibatkan partisipasi khalayak. Institusi media masih memiliki kendali atas produksi dan penyebaran konten, dan mereka tetap memegang peran penting dalam menentukan konten yang diproduksi dan disajikan kepada khalayak.

Dengan demikian, meskipun terjadi perubahan dalam cara media tradisional berinteraksi dengan khalayak, pembatasan tetap ada. Khalayak tidak memiliki kekuasaan penuh dalam memproduksi konten, dan institusi media masih memainkan peran penting dalam menentukan arah dan jenis konten yang diproduksi.

Pentingnya Posisi Khalayak dalam Komunikasi Massa dengan Teori Persepsi Komunikasi massa memegang peran penting dalam membentuk pandangan dan pemahaman khalayak terhadap berbagai informasi yang disampaikan. Pemahaman ini dapat dianalisis lebih dalam melalui lensa teori persepsi, yang membahas bagaimana individu mengolah, menyaring, dan memberikan makna terhadap pesan yang diterima.

Teori persepsi menunjukkan bahwa setiap individu memiliki filter personal dalam menerima informasi. Pemahaman ini menyoroti betapa pentingnya posisi khalayak dalam konteks komunikasi massa. Berbagai faktor seperti latar belakang budaya, nilai-nilai personal, pengalaman hidup, dan pendidikan memainkan peran dalam membentuk persepsi individu terhadap informasi yang disampaikan oleh media massa.

Pentingnya posisi khalayak dalam konteks komunikasi massa mencakup beberapa aspek kunci. Pertama, pemahaman bahwa setiap individu memiliki pandangan uniknya sendiri memungkinkan media massa untuk lebih memahami kebutuhan, keinginan, dan kekhawatiran audiens target. Ini membantu meningkatkan relevansi dan resonansi pesan yang disampaikan. Kedua, pemahaman terhadap teori persepsi memungkinkan para profesional media untuk lebih cermat dalam menyusun pesan agar dapat diinterpretasikan sesuai dengan maksud yang diinginkan. Dengan memahami cara audiens menerima informasi, pesan dapat disajikan secara lebih efektif dan menghindari distorsi yang mungkin timbul dalam proses persepsi. Ketiga, pentingnya posisi khalayak juga mendorong interaktivitas dalam komunikasi massa.

Pemahaman terhadap teori persepsi memungkinkan media massa untuk beradaptasi dengan umpan balik khalayak secara lebih responsif. Hal ini dapat membentuk hubungan yang lebih kuat antara media dan khalayak, meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan.

Dengan demikian, integrasi teori persepsi dalam komunikasi massa menunjukkan bahwa memahami posisi khalayak bukan hanya relevan tetapi juga krusial. Ini memberikan dasar yang kokoh untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan audiens. Kesadaran terhadap peran teori persepsi dalam menyusun pesan dan merespons kebutuhan khalayak menjadi kunci dalam membentuk komunikasi massa yang berkualitas dan berdampak positif.

Permasalahan yang dihadapi adalah strategi apa yang dapat digunakan dalam memanfaatkan teknologi media *online* untuk berkomunikasi baik melalui *Instagram*, *Facebook*, *Myspace* atau *Twiter*.

Berpijak dari kemajuan teknologi online tersebut, dan semakin banyaknya fasilitas media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi tersebut, *Instagram* sebagai salah satu media online yang merupakan aplikasi digital yang diluncurkan oleh *Smartphone* memiliki fungsi hampir mirip dengan media sosial lainnya seperti *twiter*, namun terdapat perbedaan cara pengambilan gambar atau foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagai informasi bagi penggunanya. Disisi lain *Instagram* dapat memberi inspirasi bagi penggunanya disamping dapat

meningkatkan kreatifitas, mengingat bahwa *Instagram* memiliki fitur yang dapat membuat foto atau gambar lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus.

Sejalan dengan perkembangannya, *Instagram* yang hingga saat ini usianya baru mencapai sekitar 12 tahun mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini sesuai dengan apa yang digambarkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krienger “Sejarah *Instagram*” *Online* bahwa sejak peluncuran *Instagram* pada bulan Oktober 2010, telah mendapat popularitas yang tinggi, dimana hanya dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun telah mencapai lebih dari 100 juta pengguna yang terdaftar dan sekitar 90 juta pengguna aktif bulanan.

Melihat perkembangunan dan kemajuan pengguna *Instagram* tersebut, dimana hanya dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun pengguna *Instagram* telah mencapai sekitar 100 juta, di samping bahwa selain *Instagram* masih banyak fasilitas *online* yang ada, maka menurut hemat kami perlu suatu strategi yang digunakan untuk penyampaian informasi melalui *Instagram*.

Pinrang_Info sebagai salah satu pengguna media sosial *Instagram* dengan akun *Instagram* “PINRANG_INFO” yang memiliki *followers* sebanyak 114 ribu, untuk akun *Pinrang_Info* sendiri bersifat independen dan tidak terikat oleh pemerintah daerah Pinrang, untuk awal terbentuknya *Pinrang_Info* dikarenakan tidak adanya media sosial informasi di kabupaten Pinrang yang bisa dijadikan wadah penyampaian kepada masyarakat terkait masalah aktivitas dikabupaten Pinrang, untuk awal dibuatnya akun *Pinrang_Info* ditahun 2017 akan tetapi akun *Pinrang_Info* aktif 2019 pada saat pandemi hingga sekarang.

Tujuan dari *Pinrang_Info* tidak lain sebagai wadah aspirasi masyarakat terkait keluhan jalanan, akses informasi di kabupaten Pinrang, dan yang utama informasi seputar kegiatan masyarakat, kehilangan dan adanya kebutuhan medis. Sedangkan untuk manfaat dari akun *Instagram Pinrang_Info* sendiri untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat, baik itu politik, kemanusiaan, kejadian, hingga hal – hal yang positif, untuk akun *Pinrang_Info* sendiri tentu menggunakan suatu strategi dalam menyampaikan informasi kepada pengguna *Instagram* lainnya.

Berdasarkan apa yang penulis gambarkan tersebut di atas, maka judul yang Penulis ajukan adalah “*Strategi Informasi Sosial Media Instagram pada Pinrang_Info*”.

B. Rumusan Masalah

Bertolak pada Latar Belakang sebagaimana telah dikemukakan tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana jenis Informasi di akun media sosial *Pinrang_info*?
2. Bagaimana resepsi khalayak masyarakat terhadap informasi *pinrang_info*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan sebagaimana telah dikemukakan dan dan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut

1. Bagaimana jenis Informasi di akun media sosial *pinrang_info*.

2. Untuk mengetahui resepsi masyarakat terhadap pemberitaan pada akun *pinrang_info*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan nantinya diharapkan dapat memberi manfaat dan kegunaan secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dalam mengembangkan studi tentang perkembangan ilmu komunikasi dalam strategi informasi terkhusus kepada masyarakat yang memanfaatkan media sosial berbasis aplikasi.
2. Kegunaan secara praktis
 - a. Penelitian ini dapat membantu dalam penyempurnaan jenis konten yang diposting, seperti gambar, video, atau teks, sehingga konten yang dihasilkan lebih sesuai dengan preferensi pengikut dan tujuan akun tersebut.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan bacaan agar pembaca lebih memahami tentang strategi Informasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Sebelum menentukan judul dan melakukan penelitian, peneliti terdahulu menelusuri beberapa sumber hasil penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan dan dibuat oleh peneliti lain. Dari beberapa contoh terlihat ada keterkaitan dari sasaran dalam penelitian yang telah dibuat namun terdapat perbedaan dalam masalah yang diteliti.

1. Salah satu penelitian terdahulu dan mempunyai relevansi dengan penelitian ini adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Edy Julianto dan Farid Rusdi pada tahun 2018, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara, dengan judul “*Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram dengan Tampilan Infografis*” (di Kementerian Perdagangan RI). Penelitian ini adalah penelitian mengenai penggunaan infografis sebagai medium komunikasi dalam menyampaikan informasi, yang berkaitan dengan aktifitas kementerian Perdagangan RI. Studi ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan konsep teori “*medium is the message*” dari Marshall McLuhan, teori elemen desain, dan new media. Hasil penelitian ini oleh Biro Humas Kementerian Perdagangan RI telah melakukan langkah dalam memilih infografis sebagai medium dalam penyampaian informasinya, untuk menarik perhatian sekaligus memudahkan generasi muda memahami isi pesannya. Terlebih infografis Kementerian Perdagangan RI disebarakan melalui media sosial *Instagram* dimana

kebanyakan penggunaannya adalah generasi muda. Menurut Informasi yang dikutip CNN Indonesia dari data Perpustakaan Nasional tahun 2017. Minat baca masyarakat Indonesia tergolong rendah. Ini menjadi salah satu factor hadirnya infografis di media sosial Kementerian Perdagangan RI untuk mengatasi masalah rendahnya minat baca tersebut.⁵

Adapun persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti bagaimana strategi informasi yang diberikan atau diimplementasikan melalui sosial media berupa *Instagram* dan perbedaannya pada penelitian yang dilakukan oleh Edy Julianto dan Farid Rusdi ialah mereka meneliti strategi penyampaian informasi melalui *Instagram* dengan menggunakan tampilan infografis. Pada obyek penelitian ini dimana Edy Julianto dan Farid Rusdi obyek penelitiannya adalah Kementerian Perdagangan RI, sedangkan obyek penelitian penulis adalah akun sosial media pada *Instagram* @pinrang_info.

2. Febriana Pudana Simamora, mahasiswa Program Studi Publik Relation pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta, dengan judul "*Media Informasi Masyarakat Tim Media Instagram @semuatentangbatam Sebagai Media Informasi Masyarakat Daerah Batam*". Dalam penelitiannya bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi tim media *Instagram* @semuatentangbatam sebagai media informasi masyarakat Daerah Batam. Sesuai dengan tinjauan pustaka di atas yang menjadi pembeda dari penelitian ini adalah

⁵ Edy Julianto, Farid Rusdi, *Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram Dengan Tampilan Infografis (di Kementerian Perdagangan RI)*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanegara, Jakarta Barat, 2018, h 300.

penelitian tersebut berfokus pada *Instagram* @semuatentangbatam, sedangkan penelitian ini berfokus pada akun *Instagram* @pinrang_info

3. *Instagram* @semuatentangbatam sebagai media komunikasi untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan informasi-informasi mengenai Daerah Batam dan sekitarnya, informasi diberikan melalui media sosial *Instagram* @semuatentangbatam. Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dengan teknik keabsahan data triangulasi sumber. Dengan menggunakan konsep teori “perencanaan komunikasi lima langkah”.⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Febriana Pudana Simamora, seorang mahasiswa Program Studi Publik Relation di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta, berjudul "Media Informasi Masyarakat Tim Media *Instagram* @semuatentangbatam Sebagai Media Informasi Masyarakat Daerah Batam." Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi yang digunakan oleh tim media *Instagram* @semuatentangbatam sebagai media informasi bagi masyarakat di Daerah Batam. Perbedaan utama penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah fokus pada akun *Instagram* @semuatentangbatam, sementara penelitian ini fokus pada akun *Instagram* @pinrang_info.

Instagram @semuatentangbatam merupakan media komunikasi yang digunakan untuk menyediakan informasi yang terkait dengan Daerah Batam dan

⁶ Febriana Pudana Simamora, *Strategi Komunikasi Tim Media Instagram @SEMUAENTANGBATAM Sebagai Media Informasi Masyarakat Kota Batam (Jakarta : mercubuana.ac.id, 2019)*. h 23-24.

sekitarnya. Informasi disampaikan melalui platform media sosial *Instagram*. Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dan teknik keabsahan data triangulasi sumber. Konsep teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah "perencanaan komunikasi lima langkah".

Perencanaan komunikasi lima langkah adalah suatu pendekatan yang digunakan dalam merencanakan strategi komunikasi secara efektif. Berikut ini contoh penggunaan perencanaan komunikasi lima langkah dalam konteks sebuah perusahaan yang ingin meluncurkan produk baru:

Langkah 1: Analisis Situasi

Dalam langkah ini, perusahaan melakukan analisis menyeluruh terhadap situasi yang ada, termasuk pasar, pesaing, dan target audiens. Contohnya, perusahaan menganalisis tren pasar terkini, kebutuhan konsumen, serta kekuatan dan kelemahan produk yang serupa yang ada di pasaran. Dalam hal ini, perusahaan menyadari bahwa terdapat peluang untuk meluncurkan produk yang inovatif dan memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi.

Langkah 2: Tujuan Komunikasi

Perusahaan menetapkan tujuan komunikasi yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan memiliki batas waktu. Misalnya, perusahaan menetapkan tujuan untuk meningkatkan kesadaran merek produk baru ini di kalangan target audiens sebesar 30% dalam waktu enam bulan sejak peluncuran.

Langkah 3: Strategi Komunikasi

Perusahaan merancang strategi komunikasi yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Misalnya, strategi komunikasi dapat mencakup penggunaan media cetak, media sosial, dan acara promosi untuk mencapai target audiens secara efektif. Perusahaan juga memutuskan untuk menggandeng influencer terkait yang memiliki basis pengikut yang besar di media sosial sebagai bagian dari strategi mereka.

Langkah 4: Taktik Komunikasi

Dalam langkah ini, perusahaan menentukan taktik-taktik komunikasi yang spesifik untuk mencapai tujuan mereka. Contohnya, mereka dapat merencanakan peluncuran produk dengan konferensi pers dan mengirimkan sampel produk kepada para jurnalis industri. Selain itu, mereka dapat menggunakan iklan di media cetak dan media sosial, serta mengadakan acara promosi di pusat perbelanjaan terkemuka.

Langkah 5: Evaluasi dan Pemantauan

Setelah implementasi strategi dan taktik komunikasi, perusahaan melakukan evaluasi dan pemantauan untuk melihat sejauh mana tujuan komunikasi tercapai. Misalnya, mereka dapat melakukan survei kesadaran merek, memantau interaksi di media sosial, dan menganalisis peningkatan penjualan produk setelah diluncurkan. Evaluasi ini membantu perusahaan untuk memahami keberhasilan kampanye komunikasi mereka dan membuat perbaikan jika diperlukan.

Dengan menggunakan perencanaan komunikasi lima langkah ini, perusahaan dapat merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif untuk mempromosikan produk baru mereka dan mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Resepsi Khalayak

Resepsi berasal dari kata *recipere* (Latin), *reception* (Inggris) yang berarti penerimaan. Sedangkan definisi secara luas ialah suatu cara dalam mengolah isi pesan yang disampaikan oleh suatu media sehingga memberikan pemahaman dan makna yang dihasilkan oleh khalayak (aktif).

Resepsi khalayak dikenal sebagai salah satu studi khalayak yang berfokus pada kemampuan khalayak dalam memposisikan diri sebagai konsumen sekaligus produsen makna. Teori ini dibentuk oleh Stuart Hall (1980) dari *Centre for Contemporary Studies (CCCS) di University of Birmingham* di Inggris. Asumsi dasarnya bahwa pesan media bersifat terbuka dan memiliki banyak interpretasi yang berbeda-beda.

Lebih lanjut, menjelaskan bahwa teori resepsi ini merupakan bagian khusus dari studi khalayak dalam mengkaji secara mendalam mengenai proses actual dari sebuah wacana media melalui praktek dan budaya khalayak.

Kajian budaya/Cultural Studies juga tidak dapat dipisahkan dengan teori resepsi khalayak karena dalam proses penafsiran setiap individu juga dilatar

belakangi oleh pengalaman dan pengetahuan mereka, seperti budaya dan kehidupan sosial yang mereka jalani⁷

Studi mengenai resepsi khalayak merupakan salah satu bidang penelitian yang memusatkan perhatiannya pada kemampuan khalayak dalam menjalankan peran ganda sebagai konsumen dan produsen makna. Teori ini awalnya dikembangkan oleh Stuart Hall pada tahun 1980 di *Centre for Contemporary Studies (CCCS)* di *University of Birmingham*, Inggris.

Dasar dari teori resepsi ini adalah pemahaman bahwa pesan yang disampaikan melalui media bersifat terbuka dan dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara yang berbeda oleh individu yang menerimanya. Dengan kata lain, setiap orang memiliki kebebasan untuk memberikan makna mereka sendiri terhadap pesan tersebut.

Lebih jauh lagi, menjelaskan bahwa teori resepsi ini merupakan bagian khusus dari studi khalayak yang mengkaji secara mendalam proses aktual dari suatu wacana media melalui praktek dan budaya khalayak itu sendiri. Artinya, pemahaman terhadap pesan media tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengetahuan dan pengalaman individu, tetapi juga oleh budaya dan kehidupan sosial yang mereka jalani.

Dalam konteks ini, kajian budaya atau *Cultural Studies* tidak dapat dipisahkan dari teori resepsi khalayak. Setiap individu dalam melakukan penafsiran terhadap pesan media didasari oleh latar belakang budaya dan pengetahuan yang mereka miliki. Dengan demikian, resepsi khalayak tidak hanya

⁷ Nabila Rizki Azizah, Ratnaningrum Zusyana Dewi, Masnia Ningsih, *Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Stereotip Profesi pada Video Kitabisa.com di Youtube (Ilmu Komunikasi Fisip-Universitas Islam Majapahit : <http://ejournal.unim.ac.id>, 2020)*, h. 3-4.

melibatkan interaksi antara media dan individu, tetapi juga merupakan cerminan dari kompleksitas budaya dan masyarakat di mana individu tersebut hidup.

Teori resepsi khalayak yang diperkenalkan oleh Stuart Hall dan dirinci oleh Baran, menekankan pada faktor kontekstual yang memengaruhi cara khalayak mengonsumsi media. Penelitian Hall fokus pada analisis dalam konteks sosial dan politik di mana isi media diproduksi (*encoding*) dan dikonsumsi (*decoding*) dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks ini, media sebagai encoder akan menciptakan pesan berdasarkan idealisme dan pandangan mereka. Pesan yang dihasilkan oleh institusi media akan diterima oleh khalayak sebagai decoder, yang kemudian menginterpretasikannya berdasarkan idealisme dan pandangan mereka sendiri.

Reception theory, secara umum, mengeksplorasi makna, produksi, dan pengalaman khalayak dalam berinteraksi dengan teks media. Fokusnya terletak pada proses decoding, interpretasi, dan pembacaan. Hall menyimpulkan bahwa khalayak dapat dikategorikan dalam tiga posisi: dominan, negosiasi, dan oposisi. Posisi dominan mengacu pada situasi di mana media menyampaikan pesan dan khalayak menerimanya sejalan dengan ideologi dominan. Posisi negosiasi, sebaliknya, mencerminkan penerimaan umum terhadap ideologi dominan, namun dengan penolakan dalam kasus-kasus tertentu. Posisi oposisi terjadi ketika khalayak secara kritis mengganti atau mengubah pesan media dengan pesan alternatif sesuai dengan pemikiran mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media.

2. Teori New Media

Teori New Media mencakup pemahaman mendalam tentang transformasi media yang terjadi seiring dengan perkembangan teknologi digital. Pada era ini, media konvensional seperti surat kabar, radio, dan televisi mengalami perubahan substansial, dipicu oleh munculnya platform-platform baru seperti internet, media sosial, dan aplikasi berbasis digital. Media baru mencakup berbagai bentuk, termasuk podcast, publikasi video, blog, platform seperti YouTube, jaringan sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, konferensi video seperti ZOOM atau Google Meet, serta sistem pesan instan seperti Mii Chat dan WhatsApp. Dalam lingkungan ini, audiens tidak hanya menjadi penerima, tetapi juga kontributor dan pembentuk konten. Fenomena ini menciptakan ekosistem informasi yang dinamis dan berpusat pada pengguna.

Konsep Teori Media Baru atau New Media dikembangkan oleh Pierre Levy. New Media merujuk pada produk-produk teknologi komunikasi yang muncul seiring dengan perkembangan komputer digital. Pada dekade 1980-an, media massa masih dominan menggunakan media cetak dan model analog seperti radio, televisi, dan koran. Namun, saat ini kita dapat menyaksikan pergeseran menuju bentuk digitalisasi dalam media.⁸

Selain itu, Teori New Media menggambarkan perubahan paradigma dalam penyampaian informasi. Berbeda dengan media konvensional yang bersifat linear dan terpusat, media baru cenderung bersifat dispersif dan terdesentralisasi.

⁸ Barokah, A. S., Gunawan, H., & Noorikhsan, F. F. . *New Social Media dan Imagologi Politik Analisis Framing terhadap Konten Politik pada Kanal Youtube Dedi Mulyadi Periode 2021*. (Epistemik: Indonesian Journal of Social and Political Science,2023), h. 88

Pengguna memiliki kontrol lebih besar terhadap konten yang mereka pilih untuk diakses, menciptakan ruang media yang lebih terbuka dan pluralistik.

Perkembangan teori ini juga mencakup aspek konvergensi media, di mana batas antara jenis media berbeda semakin kabur. Kini, informasi dapat diakses melalui berbagai platform, termasuk smartphone, tablet, komputer, dan perangkat lainnya. Hal ini menggambarkan adanya perpaduan antara media cetak, audio, dan visual dalam format digital yang lebih terintegrasi.

Teori New Media juga menyoroti dampak sosial dari perkembangan teknologi digital. Kecepatan dalam menyebarkan informasi, kemampuan untuk berpartisipasi dalam diskusi global, dan potensi untuk mengubah persepsi sosial menjadi beberapa implikasi yang muncul. Selain itu, isu privasi dan keamanan informasi menjadi perhatian yang mendalam, seiring dengan meningkatnya ketergantungan pada platform digital. New media memiliki beberapa karakter yaitu⁹ :

a. Digital

Sifat digital dalam media baru merujuk pada transformasi elemen-elemen fisik seperti data, suara, huruf, dan warna menjadi representasi numerik. Konsep ini, sebagaimana diungkapkan oleh Pierre Levy, menghasilkan kaburnya batasan antara penulis dan pembaca, serta pencipta dan penerjemah/pemakna.

⁹ Jundy, L. *Media Baru Sebuah Pengantar*. (Kencana.2020),h.55

b. Interaktif

Interaktivitas pada media baru mengacu pada keterlibatan pengguna terhadap teks media, kemandirian dalam hubungan dengan sumber informasi, individualitas dalam penggunaan, dan banyak pilihan bagi pengguna. Secara teknis, interaktif memungkinkan pengguna berinteraksi atau mengubah gambar dan teks yang diakses.

c. Hipertekstual

Karakteristik hipertekstual dalam media baru mengacu pada teks yang mencakup tautan antara gambar, audio, dan video dengan teks lainnya. Terdapat keterhubungan non-sequential antara teks, seperti hyperlink atau tautan dari satu teks dalam sebuah situs web ke situs web lainnya.

d. Berjejaring

Ciri ini menunjukkan bahwa media baru saling terhubung, memungkinkan pengguna untuk aktif dalam menginterpretasi dan memproduksi konten. Komunikator atau institusi media tidak lagi menjadi pusat eksklusif dalam mengirim pesan kepada audiens, karena node non-pusat dapat berperan sebagai pengirim dalam proses komunikasi.

e. Virtual

Secara umum, virtual diartikan sebagai "imitasi" dari yang nyata. Media baru yang virtual menciptakan platform atau ruang maya melalui

komunikasi online. Konsep ini memiliki potensi untuk menjadi perubahan paradigma, di mana pengguna dapat menghabiskan waktu di dalamnya, meresapi pengalaman dan informasi yang disajikan secara virtual.

f. Simulasi

Simulasi, sebagai bagian dari realitas, menjadi karakteristik media baru. Simulasi membawa pengguna ke dalam lingkungan yang dapat mensimulasikan pengalaman dan situasi, menyempurnakan realisme dan daya tarik interaktif media baru.

Keseluruhan , Teori New Media merangkum fenomena yang terjadi dalam era digital ini. Penggabungan antara interaktivitas, dispersi informasi, konvergensi media, dan dampak sosial menjadi ciri khas dari teori ini. Pemahaman mendalam terhadap teori ini memungkinkan kita untuk mengidentifikasi dan memahami dinamika yang terus berkembang dalam dunia media yang semakin terkoneksi.

Media Baru mengintegrasikan semua unsur yang dimiliki oleh media tradisional. Sebelumnya, media cetak seperti koran hanya bisa diakses melalui kertas, radio hanya dapat didengarkan, dan televisi menggabungkan gambar dan suara. Kini, semua elemen tersebut dapat disatukan dalam bentuk teks, gambar, dan audio secara langsung melalui internet. Pengguna internet dapat membaca artikel di blog atau situs web, mendengarkan siaran radio secara online, menonton berita secara langsung, dan mengunduh video. Fenomena ini

menunjukkan bahwa fitur-fitur khusus dari setiap media tradisional dapat digabungkan secara efektif dalam media baru.¹⁰

C. Tinjauan Konseptual

1. Informasi

Informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang diorganisir, diolah, atau disajikan sedemikian rupa sehingga memiliki arti dan nilai untuk penerima. Informasi membawa pengetahuan baru atau pemahaman yang membimbing tindakan, keputusan, atau reaksi. Informasi merupakan elemen kunci dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusan di berbagai bidang kehidupan.

Informasi dapat berupa teks, data numerik, gambar, suara, atau kombinasi dari berbagai elemen ini. Penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan jelas, komprehensif, dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam dunia modern yang dihubungkan, informasi juga dapat dengan cepat diakses melalui teknologi seperti internet, perangkat mobile, dan komunikasi digital.

Konsep tentang informasi beranjak dari pemikiran Claude Shannon dan Warren Weaver tentang proses transformasi informasi. Proses Komunikasi memerlukan komponen yang memengaruhi bagaimana sebuah informasi diproses dan berjalan; proses ini diskemakan sebagai model '*of communication system a mathematical function*' sebagaimana proses transmisi dalam radio atau televisi. Dalam sistem ini, komponen pertama adalah sumber informasi

¹⁰ Apriadi Tambaruka, Literasi Media: Cerdas Bermedia Kahalayk Media Massa, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 76 - 77

(*the information source*) bisa berbentuk entitas, manusia, atau mesin yang memproduksi pesan atau urutan dari pesan (*sequence of messages*) yang dikomunikasikan.¹¹

Kutipan diatas membahas tentang konsep informasi yang berasal dari pemikiran Claude Shannon dan Warren Weaver. Mereka mengembangkan pemahaman tentang bagaimana informasi diproses dan berjalan melalui suatu sistem komunikasi.

Menurut konsep ini, proses komunikasi melibatkan berbagai komponen yang mempengaruhi cara informasi diproses dan ditransmisikan. Model ini dapat dikaitkan dengan proses transmisi dalam radio atau televisi, di mana informasi dikirim melalui saluran komunikasi. Komponen pertama dalam model ini adalah sumber informasi (*the information source*). Sumber informasi ini dapat berupa entitas, manusia, atau mesin yang menghasilkan pesan atau urutan pesan yang akan dikomunikasikan. Contohnya bisa berupa seorang penulis yang menulis sebuah artikel atau sebuah program komputer yang menghasilkan keluaran.

Setelah sumber informasi menghasilkan pesan, pesan tersebut kemudian ditransmisikan melalui saluran komunikasi. Saluran komunikasi ini bisa berupa kabel, gelombang radio, atau media lainnya yang digunakan untuk mentransfer informasi dari sumber ke penerima. Selanjutnya, pesan yang telah ditransmisikan tiba dipenerima. Penerima ini bisa berupa orang, mesin, atau

¹¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017) h 19-20.

entitas lain yang menerima dan memproses pesan yang diterima. Penerima akan mengurai pesan dan menginterpretasikannya sesuai dengan konteks dan tujuan komunikasi.

Selain komponen-komponen tersebut, dalam model ini juga terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi proses komunikasi, seperti gangguan atau noise yang terjadi selama transmisi. Noise ini bisa berupa gangguan fisik dalam saluran komunikasi atau ketidakjelasan dalam interpretasi pesan oleh penerima.

Pemikiran Claude Shannon dan Warren Weaver tentang konsep ini telah memberikan dasar matematis untuk memahami proses transformasi informasi dalam sistem komunikasi. Konsep ini juga telah menjadi landasan bagi perkembangan teknologi komunikasi modern, termasuk perkembangan internet, telepon seluler, dan jaringan komputer. Dengan memahami konsep ini, kita dapat lebih memahami bagaimana informasi diproses dan dikomunikasikan dalam berbagai konteks, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi.

Dalam era digital, perkembangan teknologi dan munculnya platform-platform daring, seperti sosial media, telah mempengaruhi cara informasi disebarkan, diakses, dan digunakan. Sosial media telah menjadi salah satu kanal utama dalam menyebarkan informasi, memungkinkan pengguna untuk berbagi, mendiskusikan, dan memperoleh berbagai informasi tentang berbagai topik. Pengaruh sosial media dalam penyebaran informasi telah membentuk pola

komunikasi dan dinamika masyarakat modern. Sosial media juga memengaruhi opini publik dan memberi kekuatan pada suara individu dalam diskusi tentang isu-isu penting.

2. Sosial Media

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

Masyarakat Indonesia mengikuti perubahan media, terutama media online yaitu sosial media membuat mereka mendapatkan informasi secara cepat melalui berbagai macam akun di sosial media. Salah satu dari sekian banyak sosial media itu adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi *microblogging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan. Menurut wearesosial.com *Instagram* masuk ke dalam 10 aplikasi media sosial yang terpopuler digunakan di Indonesia.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia firtual. Blog, jejaring sosial dan wiki

merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan masyarakat diseluruh dunia . pendapat ini mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Mengkaji hubungan antara media dan masyarakat juga penting dalam konteks media sosial. Media sosial memberikan ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan suara mereka, berbagi pandangan, dan mengorganisir diri dalam aksi kolektif. Selain itu, media sosial juga dapat memengaruhi dinamika sosial, termasuk berbagai isu politik, gerakan sosial, dan perubahan budaya.

Pada rangka memahami media sosial secara komprehensif, perlu adanya pemahaman tentang bagaimana media sosial mempengaruhi struktur dan dinamika masyarakat secara keseluruhan. Ini mencakup aspek seperti perubahan dalam cara orang berkomunikasi, penyebaran informasi, kekuatan dan kendali yang dimiliki oleh individu dan kelompok, serta tantangan dan konsekuensi sosial yang timbul dari penggunaan media sosial.

Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast. Maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi, dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.¹²

¹² <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73> (diakses pada tanggal 12 Mei 2022)

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi Web 2.0. dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bias membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial tersebut antara lain *Instagram, Facebook, Myspace, dan Twitter.*

Transformasi media sosial telah terjadi sejak awal kemunculannya. Pada awalnya, konsep ini terbatas pada forum online sederhana yang digunakan untuk berbagi berita ringan. Namun, seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat akan konektivitas semakin mengubah peran serta dampak media sosial.

Awal abad ke-21 menciptakan landasan untuk platform media sosial pertama, seperti Friendster dan MySpace, yang lebih menitikberatkan pada pembentukan jejaring sosial online. Facebook, yang diluncurkan pada tahun 2004, dengan cepat mendominasi pangsa pasar dan memperkenalkan fitur-fitur baru, termasuk berbagi foto, status, dan menyukai konten.

Perkembangan berlanjut dengan munculnya Twitter pada tahun 2006, membawa konsep mikroblogging yang membatasi pengguna dalam menyampaikan pemikiran dengan karakter tertentu. Tahun 2010 menjadi penanda dengan kemunculan Instagram sebagai platform berbagi foto yang memfokuskan pada aspek estetika visual. Selanjutnya, TikTok merevolusi cara

orang berbagi konten pendek dan kreatif, mengenalkan tren video singkat pada tahun 2018.

Pertumbuhan penggunaan perangkat mobile dan akses internet yang semakin mudah mempercepat perkembangan media sosial. Aplikasi media sosial menjadi lebih responsif, memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan mudah di mana saja dan kapan saja, memperluas jangkauan platform dan memberikan pengalaman pengguna yang lebih dinamis.

Perubahan ini tidak hanya terjadi dalam format teks dan foto. Munculnya live streaming video, Stories, dan fitur interaktif lainnya mengubah cara pengguna berinteraksi dan berbagi pengalaman. Konten visual, sementara, dan responsif terhadap tren terkini menjadi kunci kesuksesan.

Media sosial juga merubah lanskap berita dan aktivisme, memungkinkan informasi menyebar dengan cepat dan mencapai audiens yang lebih luas. Aktivisme online menjadi sarana utama bagi masyarakat untuk menyuarakan pendapat, memobilisasi dukungan, dan mengorganisir gerakan sosial.

Meskipun perkembangan ini membawa manfaat, media sosial juga dihadapkan pada tantangan etika dan privasi. Isu-isu seperti penyebaran berita palsu, keamanan data, dan perundungan online memaksa perusahaan teknologi untuk mengelola platform mereka dengan lebih ketat.

Masa depan media sosial terus berkembang seiring kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan, realitas virtual, dan konektivitas 5G. Tantangan dan peluang baru akan terus muncul, menekankan pentingnya kolaborasi antara

pengguna, pembuat kebijakan, dan penyedia platform untuk menciptakan lingkungan digital yang aman, inklusif, dan etis. Dengan demikian, media sosial dapat terus berfungsi sebagai alat positif dalam menghubungkan dan memperkaya kehidupan manusia di era digital.

3. Instagram

Instagram merupakan salah satu aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial sebagai salah satu media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau templat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena *Instagram* mempunyai fitur yang dapat membuat foto lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus.

Instagram berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.¹³ *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.

¹³ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram>. (diakses pada tanggal 13 Mei 2022)

Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri. Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan telah mengubah pola-pola interaksi individu dalam berkomunikasi. Dengan munculnya media baru, media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Jika selama ini institusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi disekitar mereka.¹⁴

Media Sosial *Instagram* adalah media sharing yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media seperti foto, video, maupun audio video. Dengan kehadiran *Instagram*, sangat membantu kegiatan promosi bagi penggunaannya. Dengan menggunakan fitur-fitur *Instagram* dapat membantu meningkatkan minat pengguna lain untuk menyukai konten pengguna dengan sajian yang lebih menarik¹⁵

Mudahnya cara penggunaan aplikasi *Instagram* membuat pengguna menjadikan *Instagram* sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Saat ini terdapat beberapa akun *Instagram* yang memberikan

¹⁴ Rulli Nasrullah, Teori dan Riset Media Siber (*Cybermedia*), (Jakarta: Prenadameida Grop,2014), h. 1.

¹⁵Fauziah Mafiroh, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh akun @tamanwisatagenilagit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Taman Wisata Geni Langit*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (Ponorogo, 6 September 2019). h. 1.

banyak informasi kepada penggunanya seperti akun make-up tutorial, akun online shop, dan salah satu yang menarik adalah akun yang menyediakan informasi cepat atas suatu kejadian di suatu daerah guna untuk mendapatkan informasi secara akurat. *Instagram* kemudian dipandang sebagai media sosial dengan efek yang luar biasa dan menjanjikan. Instagram, awalnya dikenal sebagai platform berbagi foto dengan berbagai filter kreatif, telah mengalami transformasi signifikan sejak awal kemunculannya. Pada beberapa tahun pertama, pengguna Instagram dominan dalam menggunakan aplikasi ini untuk membagikan momen sehari-hari mereka melalui gambar. Tahun 2013 menjadi tonggak sejarah dengan pengenalan fitur video pendek, memungkinkan pengguna mengabadikan momen dalam format yang lebih dinamis.

Pada tahun 2016, Instagram meluncurkan Stories, sebuah fitur inovatif yang memungkinkan pengguna membagikan foto dan video sementara yang menghilang dalam waktu 24 jam. Akuisisi oleh Facebook pada tahun 2012 membuka pintu bagi integrasi fitur-fitur baru, seperti Direct Messaging, IGTV untuk video lebih panjang, dan kemudahan berbelanja melalui Instagram Shopping.

Instagram telah menjadi panggung utama bagi influencer dan content creators untuk membangun merek pribadi serta berbagi konten kreatif. Pengguna dengan jumlah pengikut besar dapat berdampak signifikan dalam membentuk tren dan preferensi konsumen. Pengembangan terus-menerus dilakukan pada algoritma feed Instagram untuk memastikan konten yang lebih

relevan muncul di feed setiap pengguna, dengan faktor seperti interaksi sebelumnya dan preferensi pengguna menjadi penentu utama.

Dalam menghadapi meningkatnya kekhawatiran terkait keamanan dan privasi online, Instagram terus meningkatkan langkah-langkah keamanan dan memberikan lebih banyak kontrol kepada pengguna untuk melindungi informasi pribadi mereka. Fokus juga diberikan pada kesehatan mental pengguna melalui fitur seperti "Hide Like Counts," yang bertujuan mengurangi tekanan sosial terkait jumlah like pada suatu postingan.

Instagram bukan hanya menjadi platform berbagi foto, melainkan juga menjadi aspek penting dalam dunia iklan. Fitur-fitur seperti Instagram Shopping memungkinkan bisnis menjual produk langsung melalui platform, sementara opsi monetisasi seperti IGTV Ads dan fitur langganan memberikan peluang bagi kreator konten untuk menghasilkan pendapatan.

Menanggapi popularitas konten video pendek, Instagram memperkenalkan fitur Reels pada tahun 2020, memberikan pengguna peluang untuk membuat dan menemukan video singkat dengan gaya kreatif. Dalam menghadapi perubahan tren teknologi dan preferensi pengguna, Instagram terus berinovasi, termasuk integrasi teknologi seperti kecerdasan buatan dan perluasan cakupan layanan.

Perjalanan perkembangan Instagram hingga saat ini mencerminkan evolusi media sosial dan dampaknya terhadap cara kita berinteraksi, berbagi, dan berbisnis dalam dunia digital. Instagram tetap menjadi pusat kreativitas dan

konektivitas global di era digital ini, menggambarkan peran sentralnya dalam transformasi cara kita menjalani kehidupan sehari-hari.

Instagram menjadi medium yang bagus di era visual ini, sebagai sarana berbagi informasi, kebijakan, kekayaan alam, budaya, kuliner dan segala macam tentang daerah tersebut. Beberapa daerah di Indonesia merespon ini dengan baik, jika kita lihat sekarang hampir semua daerah di Indonesia mempunyai akun *Instagram* baik dikelola oleh pemerintah langsung atau dikelola oleh perseorangan diluar pemerintah. Adanya akun Daerah yang dikelola oleh perseorangan diluar pemerintah dikarenakan masih banyaknya daerah di Indonesia yang belum sadar pentingnya media sosial sebagai sarana berbagi informasi sehingga membuat masyarakat mengambil inisiasi untuk itu.

Ada beberapa fitur *Instagram* sebagai berikut¹⁶ :

A. Editor

Instagram punya tool editor yang menjadi tempat bagi para pengguna untuk memoles foto yang dijapret kamera perangkatnya. Disini akan dijumpai 10 tool editor tindak lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jari tangan

Di *update* terbaru *Instagram* tidak lagi mengharuskan foto berwujud daerah, tetapi sudah mendukung pilihan *portrait* dan juga *landscape*. Memberikan keleluasaan kepada pengguna saat ingin

¹⁶ Rini Damayanti, *Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram*, Universitas Wijaya Kusuma, Surabaya, 31 juli 2019. H 262.

membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih besar. *Instagram* dengan adanya fitur ini bisa lebih memudahkan pengguna dalam melihat kembali foto dan diberikan perbaikan sebelum di *Upload* ke media sosial *Instagram*.

B. *Tag dan Hashtag*

Sebagaimana jejaring sosial pada umumnya, *Instagram* juga mempunyai fitur *tag* dan *hashtag* yang fungsinya untuk menandai teman dan pengelompokan foto dalam satu label.

Definisi tentang fitur *tag* dan *hashtag* dalam *Instagram*. *Tag* dan *hashtag* adalah fitur yang digunakan untuk menandai teman atau pengguna lain serta melakukan pengelompokan foto dalam satu label.

Fitur *tag* memungkinkan pengguna *Instagram* untuk menandai atau mencantumkan nama pengguna lain dalam foto yang diunggah. Misalnya, jika seseorang mengunggah foto bersama teman-temannya, dia dapat menggunakan fitur *tag* untuk menandai akun teman-temannya di foto tersebut. Dengan melakukan *tag*, teman yang ditandai akan mendapatkan notifikasi dan foto tersebut akan muncul di halaman profil mereka.

Sementara itu, fitur *hashtag* memungkinkan pengguna untuk mengelompokkan foto-foto dengan topik atau kategori tertentu dalam satu label. *Hashtag* biasanya berawalan dengan tanda pagar (#) diikuti oleh kata atau frasa. Misalnya, seseorang yang mengunggah foto pemandangan

alam bisa menggunakan hashtag seperti *#landscape*, *#nature*, atau *#beautifulview*. Ketika seseorang mengklik atau mencari *hashtag* tersebut, semua foto yang menggunakan *hashtag* yang sama akan ditampilkan dalam satu halaman, sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan konten yang berkaitan dengan topik tersebut.

Fitur *tag* dan *hashtag* memiliki beberapa tujuan. Pertama, mereka memungkinkan pengguna untuk membangun dan menjaga interaksi sosial dengan teman-teman mereka. Dengan menggunakan fitur *tag*, pengguna dapat melibatkan teman-teman mereka dalam pengalaman berbagi foto di *Instagram*. Selain itu, pengguna juga dapat menggunakan *hashtag* untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas konten mereka. Ketika pengguna mengikuti atau mencari *hashtag* tertentu, mereka dapat menemukan foto-foto yang relevan dengan minat mereka.

Dengan menggunakan fitur *tag* dan *hashtag*, *Instagram* memungkinkan pengguna untuk menjelajahi dan terhubung dengan komunitas yang berbagi minat yang sama. Fitur ini juga memudahkan pengguna untuk menemukan konten yang mereka sukai dan berinteraksi dengan pengguna lain di *platform* tersebut.

C. *Caption*

Caption berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna dapat memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Disamping tentunya menambahkan *hashtag*

Sebagaimana yang disebutkan di atas menjelaskan tentang fungsi *caption* dalam konteks unggahan foto di *Instagram*. *Caption* adalah deskripsi yang diberikan oleh pengguna untuk menjelaskan atau memberikan beberapa kata-kata tentang foto yang diunggah.

Caption memiliki peran penting dalam *Instagram* karena memberikan konteks dan informasi tambahan tentang foto yang diunggah. Pengguna dapat menggunakan *caption* untuk menceritakan cerita di balik foto, mengungkapkan perasaan atau pemikiran terkait foto tersebut, atau memberikan penjelasan lebih detail tentang isi foto. *Caption* memberikan dimensi yang lebih dalam pada foto, sehingga pengikut atau pengguna lain yang melihat foto tersebut dapat memahami konteksnya.

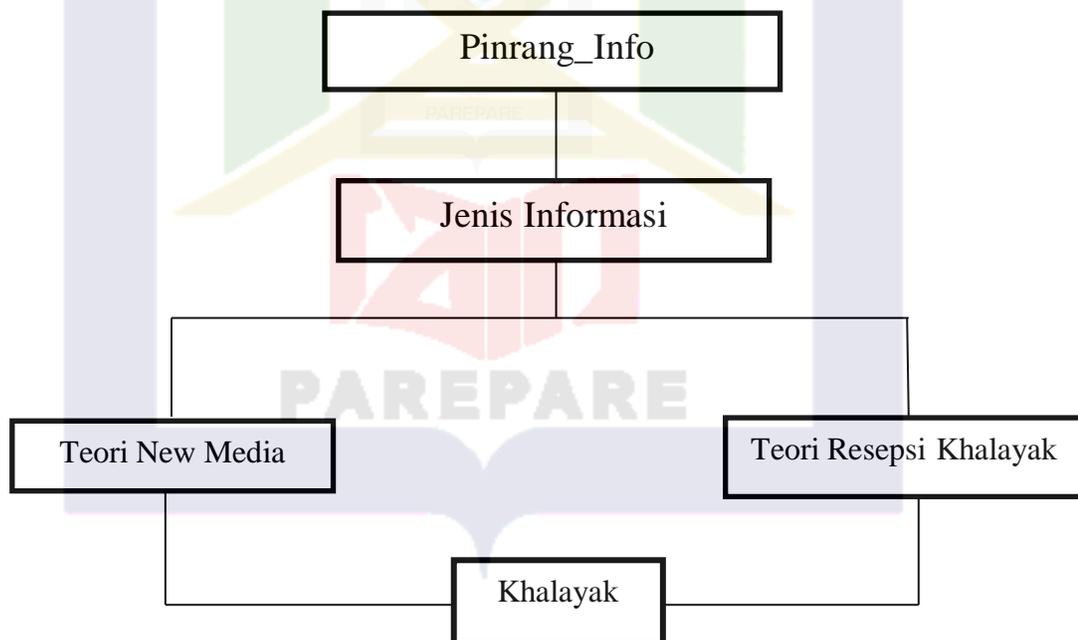
Selain itu, *caption* juga dapat digunakan untuk menambahkan *hashtag*. *Hashtag* dalam *caption* berfungsi untuk mengkategorikan foto dalam topik tertentu dan membuatnya lebih mudah ditemukan oleh pengguna lain. Dengan menggunakan *hashtag* yang relevan, pengguna dapat meningkatkan visibilitas konten mereka dan memperluas jangkauan audiens potensial.

Caption pada *Instagram* juga dapat menjadi sarana untuk berinteraksi dengan pengikut. Pengguna dapat mengajukan pertanyaan, meminta pendapat, atau mengundang pengikut untuk berbagi pengalaman

terkait foto tersebut. Hal ini dapat mendorong komentar, tanggapan, atau diskusi yang lebih aktif di bawah unggahan tersebut.

Secara keseluruhan, *caption* pada *Instagram* memiliki peran penting dalam memberikan konteks, informasi tambahan, dan ekspresi pengguna terhadap foto yang diunggah. Dengan menggunakan *caption* secara efektif, pengguna dapat menarik perhatian pengikut, meningkatkan interaksi, dan mengkomunikasikan pesan yang diinginkan melalui foto-foto mereka.

D. Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini merujuk pada pedoman penulisan karya ilmiah berbasis teknologi informasi yang diterbitkan oleh IAIN Parepare, serta merujuk pada referensi metode lainnya. Dalam buku tersebut terdapat beberapa metode penelitian yang dibahas, seperti jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Dari gambaran tersebut di atas, maka metode penelitian yang kami gunakan dalam penelitian ini, berturut turut diuraikan sebagai berikut :

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Sesuai permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penelitian ini tergolong dalam kategori penelitian lapangan (*field research*), yakni penelitian yang dilakukan dengan cara turun secara langsung melihat informasi seperti apa yang digunakan oleh @pinrang_info dalam memberitakan. Berdasarkan masalahnya maka penelitian digolongkan sebagai penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mencatat, mendeskripsikan, menganalisis, melalui observasi, wawancara dan mempelajari dokumentasi¹⁷. Penelitian ini dilakukan mencari data yang bersumber dari redaksi @pinrang_info dan masyarakat pengguna sosial media *Instagram* khususnya di Kabupaten Pinrang.

¹⁷ Mardalis, *metode penelitian: Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), h.26

Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya untuk menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang tidak melakukan manipulatif atau memberikan perlakuan-perlakuan tertentu terhadap variable atau merancang sesuatu yang diharapkan terjadi pada variabel, tetapi semua kegiatan, keadaan, kejadian, aspek komponen arah variabel berjalan sebagaimana adanya. Penelitian ini berkenaan dengan suatu keadaan atau kejadian-kejadian yang berjalan.

Berdasarkan pandangan sebagaimana dikemukakan tersebut, maka penelitian menetapkan gambaran yang apa adanya pada lokasi penelitian untuk menguraikan keadaan sesungguhnya dengan kualitas hubungan yang relevan karena deskriptif kualitatif lebih memperhatikan karakteristik, kualitas, keterkaitan antara kegiatan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah terletak di Kabupaten Pinrang. Lokasi ini dipilih oleh peneliti karena sesuai dengan sasaran dari Masyarakat yang mengikuti atau *followers* akun @pinrang_info.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 45 hari, terhitung setelah melaksanakan seminar.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini menfokuskan pada Strategi Informasi *pinrang_info* serta efektifitas dan penyebaran informasi yang sampai kepada masyarakat Pinrang. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap akun media sosial *pinrang_info*, dan masyarakat Kabupaten pinrang selaku penerima informasi.

D. Jenis dan Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang memberi langsung kepada pengumpul data, dan cara pengumpulannya dapat dilakukan dengan *interview* atau wawancara. Dokumentasi dan gabungan dari keduanya. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan sering kali diperlakukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Metode pengambilan data yang dipakai peneliti yaitu *Purposivee sampling*. *Purposivee sampling* merupakan sebuah metode sampling non randoms sampling dimana peneliti memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga apa yang diharapkan bisa menanggapi kasus riset¹⁸.

Data primer dianggap lebih akurat karena data ini disajikan secara

¹⁸Lenaini, I. *Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling*. (Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah, 6,2021).hal 34

terperinci.¹⁹ Wawancara dilakukan kepada masyarakat Kabupaten Pinrang dalam penerimaan informasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada. Menurut Husein data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung melalui media perantara (telah diperoleh dan dicatat dari pihak lain). Data ini pada umumnya berupa data statistik, ataupun keterangan-keterangan dan publikasi lainnya serta bahan-bahan yang berkaitan dengan topik permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini data sekunder berupa laporan keuangan yang dicatat oleh UMKM Histlaloa pada tahun 2020.

E. Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu pengumpulan data langsung di lokasi penelitian, yakni di redaksi @pinrang_info. pada penelitian ini data dikumpulkan dengan berbagai metode atau teknik.

1. Observasi

Observasi merupakan proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda), atau kejadian-kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.²⁰ Teknik

¹⁹ Andi Prastowo, *Metode Penelitian kualitatif*, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2014), h. 211.

²⁰ Sopiah Mamang Sanga Djietta, *Metode Penelitian, (Pendekatan praktis dalam penelitian)*

observasi digunakan untuk mengetahui kondisi di redaksi @pinrang_info dalam menyusun strategi penyebaran informasi di Kabupaten Pinrang, Pemilihan teknik observasi dikarenakan peneliti ingin mendapatkan data/informasi yang akurat perihal obyek kajian yang ingin diteliti secara langsung.

2. Wawancara

Wawancara dapat juga diartikan sebagai proses pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, Sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Pada dasarnya wawancara merupakan teknik yang sering digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data/informasi dalam suatu penelitian.²¹ Dalam hal penelitian ini. Penulis melakukan wawancara terhadap masyarakat di Kabupaten Pinrang, yaitu Nurhaliza, Lutpia, Nigo, Syukur, Ilham, Andry Pratama, Nurhayati, Akma, Hernawati, dan Nurfadillah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.²² Dalam hal ini, peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan permasalahan pada penelitian ini,yakni berupa foto.

²¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Pranadamedia Group, 2014) h. 141

²² Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2015 h.158

4. Uji Keabsahaan Data

Tujuan penelitian kualitatif pada umumnya diarahkan oleh paradigma yang digunakan peneliti dalam kajian pada setiap kasusnya. Menurut Aminuddin orientasi paradigma sebagaimana yang tercermin dalam asumsi, konsepsi teoretik, dan konsepsi metodologis, secara umum dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu: orientasi pospositivis, orientasi konstruktivis, dan orientasi posmodernis. Dalam praktiknya, idealisasi yang demikian itu tidak selalu dapat diterapkan, mengingat bahwa penelitian kualitatif itu merupakan penelitian yang bersifat fleksibel dan menggunakan multi-perspectives serta multimethods.²³

Penelitian kualitatif bertujuan mendalami fenomena dengan menggunakan paradigma yang memandu pendekatan penelitian. Paradigma ini, menurut Aminuddin, dapat dibagi menjadi tiga kelompok: pospositivis, konstruktivis, dan posmodernis. Namun, dalam praktiknya, penelitian kualitatif sangat fleksibel dan dapat menggunakan berbagai perspektif serta metode. Hal ini mengingat penelitian ini memerlukan pendekatan yang luwes dan memanfaatkan sudut pandang dan metode yang beragam.

Teknik triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Penggunaan multimetode (triangulasi) pada keilmuan sosial-humaniora

²³ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif* dalam Penelitian Pendidikan Bahasa, (Surakarta: 2014), h. 43.

sebagaimana dikatakan Olsen dengan syarat tertentu dapat dilakukan dengan penggabungan antara metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Terkait dengan pemeriksaan data, triangulasi berarti suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan hal-hal (data) lain untuk pengecekan atau perbandingan data. Hal-hal lain yang dipakai untuk pengecekan dan perbandingan data itu adalah sumber, metode, peneliti, dan teori,²⁴

Pada penelitian dengan pendekatan kualitatif yang datanya berbasiskan pada *field* itu berarti cara memperolehnya didasarkan pada sumber –sumber '*field*'. Sumber-sumber '*field*' ini wujudnya berupa personal/individu yang menjadi subyek penelitian. Mereka itu eksistensinya ada di tengah-tengah masyarakat, bisa sebagai individu yang independen atau bisa juga sebagai bagian dari komunitas tertentu. Perolehan data dari subyek inipun beragam caranya, namun ini mengikuti paradigma penelitian yang mendasarinya.²⁵

Teknik analisis ini memiliki tiga komponen yaitu:

1. Reduksi data (*Data reduction*)

Reduksi data dimaksudkan bahwa dalam tahap ini sebagai proses pemilihan data dan informasi yang telah didapatkan selama melakukan penelitian di lapangan. Dalam tahap ini peneliti fokus pada penyederhanaan data yang diperoleh. Setelah data yang diperoleh mampu diringkas, peneliti

²⁴ Sumasno Hadi, *Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi*, (Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat: 2014), h. 75

²⁵ Hasyim Ali Imran, *Penelitian Komunikasi Pendekatan Kualitatif Berbasis Teks*, (Jakarta Pusat: BPPKI Jakarta Kemkominfo RI, 2015), h. 136.

dapat menemukan konsep-konsep serta pola-pola data yang diinginkan yang kemudian dirancang dalam bentuk hasil analisa akhir.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal terpenting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan²⁶.

2. Penyajian data (*Data Display*)

Setelah melakukan kegiatan reduksi data, langkah selanjutnya yang dilakukan dalam analisis data adalah data display atau penyajian data. Menurut Rasyad “Penyajian data dilakukan untuk menganalisis masalah agar mudah dicari pemecahannya”. Penyajian data juga dilakukan untuk mempermudah melihat gambaran di lapangan secara tertulis.

Penyajian data dapat dilakukan ke dalam beberapa bentuk. Menurut Sugiyono “Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya”. Pendapat tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Nasution beliau mengungkapkan bahwa: Data yang bertumpuk dan laporan lapangan yang tebal akan sulit dipahami. Oleh karena itu, agar dapat melihat

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Komulatif, dan R&D.*(Bandung, PT Alfabeta, 2016), h. 247.

gambaran atau bagian-bagian tertentu dalam penelitian harus diusahakan membuat berbagai macam matrik, uraian singkat, network, chart dan grafik.

Berdasarkan model Miles dan Huberman yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif²⁷. Merujuk pada pendapat para ahli diatas, peneliti melakukan penyajian data ke dalam bentuk uraian narasi. Tujuan digunakannya teknik itu agar peneliti mudah membaca, mempermudah proses penyusunan laporan, serta mempermudah memahami gejala di lapangan.²⁷

3. Kesimpulan (*conclusion drawing*) / *Verification*

Langkah yang terakhir dalam analisis data adalah *conclusion drawing/verification* atau penarikan kesimpulan/verifikasi. Dikemukakan oleh Sugiyono bahwa:

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Sama halnya dengan penelitian ini, bahwa kesimpulan yang ditarik merupakan kesimpulan yang masih bersifat sementara. Keadaan itu akan berubah apabila peneliti tidak menemukan penemuan-penemuan atau

²⁷ Farida Aryani, *Peran Peergroup Dalam Membentuk Gaya Hidup Konsumtif Remaja*, Universitas Pendidikan Indonesia, (Bandung, *perpustakaan.upi.edu*, 2014), h. 46 – 47.

informasi baru di lapangan yang dapat mendukung pernyataan peneliti. Maka kesimpulan yang telah dibuat mestilah dirubah. Tetapi apabila fakta-fakta yang ditemukan di lapangan sesuai dan didukung oleh bukti serta teori yang dapat dipertanggungjawabkan, maka kesimpulan tersebut dapat dinyatakan benar. Pernyataan tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono bahwa:

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.²⁸

Langkah ini akan dilakukan oleh peneliti setelah semua tahapan analisis data yang dipilih. Data yang diperoleh akan menentukan kesimpulan yang sudah lengkap atau masih akan berkembang lagi sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kesimpulan akhir ini akan menjadi hasil dari penelitian yang telah dilakukan peneliti. Setelah semua tahapan analisis data yang dipilih, langkah selanjutnya dilakukan oleh peneliti adalah mengevaluasi hasil yang diperoleh. Data yang telah dianalisis dengan seksama akan menjadi faktor penentu dalam pembentukan kesimpulan akhir. Kesimpulan ini menjadi

²⁸ Farida Aryani, *Peran Peergroup Dalam Membentuk Gaya Hidup Konsumtif Remaja*, Universitas Pendidikan Indonesia, 2014, h. 47.

titik akhir dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yang dapat bersifat definitif atau membuka kemungkinan adanya pengembangan lebih lanjut sesuai dengan kebutuhan penelitian yang lebih mendalam. Kesimpulan akhir ini akan menjadi hasil yang berharga dan penting, yang berkontribusi pada pemahaman dan pengetahuan dalam bidang penelitian yang relevan.

Kesimpulan akhir yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil yang sangat penting dalam penelitian ini. Kesimpulan tersebut merupakan ringkasan dari semua temuan dan analisis yang telah dilakukan terhadap data yang terkumpul. Selain itu, kesimpulan ini juga menjadi jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah diajukan sejak awal. Dalam beberapa kasus, kesimpulan tersebut dapat menjadi dasar untuk membuat keputusan atau memberikan rekomendasi dalam konteks yang relevan.

Namun, penting untuk diingat bahwa kesimpulan akhir tidak selalu bersifat final dan mutlak. Terkadang, dalam penelitian yang kompleks, kesimpulan tersebut dapat membuka ruang bagi pengembangan lebih lanjut dan penelitian masa depan. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi peneliti lain untuk melanjutkan studi atau mengajukan pertanyaan baru yang memperdalam pemahaman di bidang yang sama.

Dengan demikian, kesimpulan akhir merupakan tonggak penting dalam penelitian yang mencerminkan kemajuan pengetahuan dan pemahaman di bidang tersebut.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Bentuk Informasi di Akun Media Sosial *pinrang_info*

Masyarakat Pinrang kini dalam mendapatkan sumber informasi tidak hanya dengan melalui perberitaan melalui TV atau Surat Kabar Koran dan Radio. Zaman teklonogi yang makin canggih menjadi faktor utama dalam penyebaran infomasi. Saat ini masyarakat, terutama kalangan muda mudi kini mendapatkan informasi melalui media sosial seperti, *Instagram, Facebook, Tiktok dan Youtube*. Media sosial seperti *instagram* kini tidak hanya menjadi penyebaran foto dan video pribadi, akan tetapi telah menjadi penyebaran informasi berupa berita dan infomasi yang bersifat untuk komsumsi khalayak.

Seperti akun Instagram *pinrang_info* yang menjadi media sebagai penyeberan informasi seputar kejadian terbaru khususnya di Kabupaten Pinrang. Media sosial ini berperan penting dalam penyembaran informasi terbaru di Kota Pinrang. Informasi yang disebarakan memiliki jenis beragam, mulai dari kriminal, kuliner, wisata dan promosi UMKM.

Selain menyebarkan informasi mengenai Kota Pinrang, *Pinrang_Info* juga menyebar berita yang terjadi di Sulawesi Selatan dan berita Nasional pada umumnya. Penyebaran informasinya juga tidak hanya terbatas di Kota Pinrang tetapi banyak juga *follower* dari luar Kota Pinrang atau masyarakat Pinrang yang berada di kota lain seperti mererka yang berada pada pulau Jawa, Sumatra, Kalimantan bahkan yang berada di Provinsi Papua. Bisa dilihat pada gambar di bawah ini tampilan awal *Pinrang informasi*.



Gambar 4.1 Halaman pertama akun *Pinrang_Info*

Pinrang_Info memiliki 123 ribu pengikut dengan jumlah postingan hingga saat ini sebanyak 9.719 terdiri dari *feed* dan *reels instagram*. Akun *Pinrang_Info* dibuat pada tahun 2017, mesti dibuat pada tahun itu akan tetapi akun ini baru mulai aktif terus menerus menyebarkan informasi sejak 2019 pada saat pandemi sampai sekarang.

Pengalaman melalui *Pinrang_Info* tak hanya sekadar mengonsumsi informasi, tetapi juga tentang merasakan keterlibatan dalam komunitas yang lebih besar. Dengan interaksi yang proaktif antara pembuat konten dan pengikutnya, akun ini menjadi pusat diskusi, pertukaran ide, dan wadah untuk memperkuat keterikatan sosial di antara warga Pinrang.

Keberadaan *Pinrang_Info* juga mencerminkan keberagaman informasi yang disajikan. Melalui gambar, video, teks informatif, dan bahkan kadang kala dengan

humor yang cerdas, akun ini mempersembahkan beragam cara untuk mengakses dan memahami berbagai informasi yang relevan bagi masyarakat.

Akun ini bukan hanya sekadar aliran informasi konvensional, akan tetapi adalah sumber daya informasi yang aktif dan terus berkembang, menyediakan wawasan mendalam tentang kehidupan sehari-hari, perkembangan ekonomi, sosial, dan budaya di Pinrang. Dengan cara yang kreatif dan informatif, *Pinrang_Info* menghadirkan berbagai bentuk informasi, mulai dari pengumuman acara lokal, peristiwa penting, promosi kegiatan masyarakat dan lain-lain. Secara lengkap bentuk informasi yang disajikan oleh akun *instagram Pinrang_Info* terdiri dari beberapa bentuk sebagai berikut :

1. Informasi Seputar Kota Pinrang

Sesuai dengan panamaan akun tersebut, akun ini banyak membahas tentang kejadian seputar kota pinrang. Informasi yang diberikan terkait Kota Pinrang tidak hanya sekedar kegiatan pemerintahan, tetapi segala aspek kehidupan yang terjadi di kota ini. *Pinrang_Info* sebagai akun informasi yang bahas tentang Pinrang sangat membantu masyarakat dalam mendapatkan info terbaru terlebih hal itu mengenai sesuatu yang baru di kota tersebut.

Melalui konten yang informatif dan inspiratif, Instagram *Pinrang_Info* menjadi jendela bagi orang-orang dari berbagai belahan dunia untuk mengetahui potensi luar biasa yang dimiliki oleh Kota Pinrang. Beberapa gambar tentang informasi seputar Kota Pinrang yang memberikan informasi seputar kota ini dalam beberapa waktu. Terhitung sejak 1 Desember 2023 hingga tanggal 20 Desember 2023.



Gambar 4.2. Informasi seputar Pinrang

Gambar di atas (kiri) memberikan informasi bahwa telah terlaksana kegiatan BPC Hipmi Pinrang, mengadakan Rakercab dengan mengangkat tema Maksimalkan potensi pengusaha muda bumi lasinrang. Pada gambar yang berada pada sebelah kanan menginformasikan kepada masyarakat pinrang bahwa telah terjadi sebuah prestasi membanggakan Kota Pinrang dengan menangnya Bola Basket Pemuda(i) di kompetisi Bupati CUP Polewali Mandar VOL.12023. Kegiatan yang dilaksanakan di Kabupaten Polewali Mandar, Provinsi Sulawesi Barat.

2. Informasi Kriminalitas

Informasi mengenai kriminalitas menjadi info yang paling banyak diinfokan setelah seputar Kota Pinrang oleh akun ini. Kejadian kriminal setiap minggu pasti akan menghiasi Feed dari *Pinrang_Info*. Info ini tidak hanya terbatas pada Kota Pinrang saja, akan tetapi juga di luar wilayah dan masuk dalam pemberitaan nasional. Terhitung dari tanggal 20 Desember hingga tanggal 1

Desember ada 9 kasus kriminalitas yang diinfokan oleh akun tersebut. Bisa dilihat pada gambar di bawah, informasi tentang kriminalitas yang di *Upload* akun *Pinrang_Info*:



Gambar 4.3 Informasi kejadian kriminalitas

Kedua gambar tersebut adalah berita yang membahas tentang kriminalitas yang terjadi di Kota Pinrang. Gambar sebelah kiri menerangkan tentang kejadian pencurian ayam ketawa yang terjadi di wilayah Pinrang. Sedangkan gambar satunya (kanan) tentang modus penipuan sarang walet yang pelakunya telah ditangkap oleh Polisi setempat.

3. Informasi usaha / UMKM

Berikutnya informasi yang juga signifikan dibahas pada akun *Pinrang_Info* yaitu tentang informasi jualan atau promosi usaha baik perorangan maupun perseroan. Informasi yang biasanya disebarakan terkait produk yang ditawarkan, *grand opening*, diskon atau pembukaan cabang baru. *Pinrang_Info* banyak

update tentang promosi usaha yang bahkan lebih banyak menghiasi dibandingkan dengan informasi kota pinrang itu sendiri. Pada gambar di bawah ini bisa dilihat promosi yang bahkan di pinned sehingga selalu tampil teratas.



Gambar 4.4. Informasi Promosi usaha

Terlihat pada gambar di atas bahwa desain dari poster nya tidak memiliki frame yang mencirihaskan *Pinrang_Info*. Pada gambar promosi Baju Bodo (kiri) usaha ini berlokasi di Kota Pinrang dan sedang mengadakan promo spesial akhir tahun. Sedangkan gambar sebelahnya (kanan) menampilkan usaha sablon baju yang juga sedang mengadakan promosi Kaos Partai dengan harga yang terbilang cukup murah untuk sebuah baju.

4. Informasi lokasi Wisata

Akun instagram *Pinrang_Info* juga tidak melupakan memberikan informasi seputar tempat wisata yang ada di Wilayah Kabupaten Pinrang. *Pinrang_Info* beberapa kali mempromosikan dalam bidang sektor wisata sehingga masyarakat bisa tau dimana saja lokasi yang dapat dikunjungi. Salah satu tempat wisata

yang terbaru (16 Desember 2023) dipromosikan pada akun *Pinrang_Info* yaitu Pantai wisata yang berada pada kecamatan Suppa.

5. Informasi Seputar Pemerintahan Kota Pinrang

Selain seputar Kota Pinrang akun *Pinrang_Info* juga memberikan informasi seputar pemerintahan kota. Informasi yang diberikan membahas terkait program yang dijalankan oleh pemerintahan, beserta prestasi apa saja yang telah didapatkan. Terdapat juga informasi mengenai apa saja yang dilakukan oleh Bupati Kota Pinrang. Misal pada gambar di bawah ini.



Gambar 4.5 Informasi pemerintah Kota Pinrang

Gambar di atas memperlihatkan kegiatan Bupati Pinrang dalam menjalankan tugasnya sebagai pemimpin. Gambar sebelah kiri memperlihatkan Bupati Pinrang menghadiri acara maulid di Kecamatan Cempa. Gambar yang berada pada sebelah kanan memperlihatkan Bupati Pinrang sedang dalam acara penyerahan SK 10 tenaga PPPK Pemerintahan Pinrang.

6. Informasi Pemberitaan Nasional

Pinrang_Info tidak hanya memberikan informasi lokal, tapi juga memberikan informasi kejadian yang terjadi diluar Kota Pinrang. Yaitu memberikan informasi pemberitaan nasional, sehingga masyarakat juga bisa mengikuti perkembangan yang terjadi di luar Kota pinrang.



Gambar 4.6 Informasi Pemberitaan Nasional

Pemberitaan nasional mengenai kenaikan Cukai (kiri) yang akan berimbas pada kenaikan rokok makin mahal. Sedangkan pada gambar sebelah kanan memberikan informasi yang terjadi di Ibu Kota Sulawesi Selatan, berita yang berisi tentang perilaku oknum penyidik kepada warga yang melapor kasus penipuan.

7. Informasi Orang Hilang

Beberapa informasi orang pinrang yang menjadi orang yang hilang entah di luar Sulawesi ataupun yang masih di sekitaran kota pinrang. Informasi ini termasuk yang sangat jarang diposting oleh akun *Pinrang_Info*. Seperti pada postingan 2 Desember 2023 tentang orang Pinrang yang hilang di Kaltim.

8. Informasi Prestasi Warga Pinrang

Bentuk informasi ini seputar masyarakat pinrang yang mempunyai prestasi yang membanggakan, baik dalam tingkat provinsi maupun tingkat nasional. Seperti pada postingan tanggal 12 Desember 2023 tentang 2 putra pinrang yang berhasil meraih 3 medali emas, pada kegiatan Adidaya Ormawa 2023 Kemendikbudristek RI. Postingan lain tanggal 29 November 2023, seorang mahasiswa asal Katteong(Kec. Mattiro Sompe) bernama Sri Nurinda Sari Arsyad mencatatkan prestasi di Malaysia.

9. Informasi Lowongan Pekerjaan

Selain informasi seputar kejadian, ada juga bentuk informasi tentang lowongan pekerjaan. Tak dipungkiri bahwa saat ini lowongan kerja sangat banyak dicari oleh sebab itu *Pinrang_Info* dapat membantu masyarakat dengan postingan tersebut. Misal postingan pada tanggal 7 November 2023 terdapat lowongan kerja dengan posisi *Digital Maketer*. Selain itu ada juga pada tanggal 9 November 2023 tentang lowongan pekerjaan sebagai *Sales Online*.

10. Informasi Event

Informasi terakhir yang ada pada *Pinrang_Info* yaitu tentang Event. Bentuk informasi ini termasuk jarang yang ada, sebab tidak setiap waktu diadakan event di Kota Pinrang. Event terakhir yang diposting berasal dari kampus IAIN parepare yang sedang membuka tenant untuk pelaku usaha dalam kegiatan mereka. Informasi ini diposting pada tanggal 6 Desember 2023. Event yang di adakan di Kota Pinrang yang di posting pada 4-5 November 2023 bernama Color Run.

Secara singkat jenis informasi ini dapat di lihat atau dipahami melalui gambar tabel di bawah ini:

No	Jenis Informasi	Waktu Postingan	Jumlah Informasi
1	Informasi Seputar Kota Pinrang	1 Desember 2023 - 20 Desember 2023	25 Posstingan
2	Informasi Kriminalitas	1 Desember 2023 - 20 Desember 2023	12 Postingan
3	Informasi usaha / UMKM	1 Desember 2023 - 20 Desember 2023	25 Postingan
4	Informasi lokasi Wisata	1 Desember 2023 - 20 Desember 2023	2 Postingan
5	Informasi Seputar Pemerintahan Kota Pinrang	1 Desember 2023 - 20 Desember 2023	10 Postingan
6	Informasi Pemberitaan Nasional	1 Desember 2023 - 20 Desember 2023.	20 Postingan
7	Informasi Orang Hilang	1 Desember 2023 - 20 Desember 2023	3 postingn
8	Informasi Prestasi Warga Pinrang	1 Desember 2023 - 20 Desember 2023	4 postingan
9	Informasi Lowongan Pekerjaan	7 November 2023 - 20 Desember 2023.	3 postingan
10	Informasi Event	7 November 2023 - 20 Desember 2023.	7 Postingan

B. Resepsi Khalayak Masyarakat Terhadap Informasi *pinrang_info*

Perkembangan sebuah akun informasi seperti *Pinrang Informasi* salah satunya bisa dilihat dari resepsi khalayak masyarakat. Teori resepsi khalayak membagi masyarakat menjadi tiga kelompok yaitu, dominan, negosiasi, dan oposisi. Dalam

konteks dominan, terjadi ketika media menyampaikan pesan dan khalayak menerima pesan tersebut sejalan dengan ideologi dominan. Sebaliknya, dalam posisi negosiasi, umumnya terjadi penerimaan terhadap ideologi dominan, namun dengan penolakan pada kasus-kasus tertentu. Sementara itu, posisi oposisi muncul ketika khalayak secara kritis mengganti atau mengubah pesan media dengan pesan alternatif sesuai dengan pemikiran mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media.

Pinrang_Info memberikan informasi yang cepat dan *update* dalam pemberitaan. Khalayak merasa dengan mengikuti *Pinrang_Info* mereka bisa jauh lebih cepat mendapatkan informasi tentang kejadian di Kota Pinrang. Seperti narasumber yang bernama Lutpia, dia merasa bahwa *Pinrang_Info* memberikan informasi yang *update* terkait kejadian yang terjadi di kota pinrang,

“Karena dengan adanya *Pinrang_Info* kita lebih cepat mendapat informasi yang *update* sedang terjadi, meskipun pada postingannya tidak semua tentang informasi seputar Pinrang tapi akun tersebut begitu cepat dan *update* karena sering kali memposting kiriman dari warga lokal yang mendapatkan informasi seputar Pinrang”²⁹

Pernyataan di atas menandakan bahwa Lutpia, terbantu dengan adanya media informasi seperti *Pinrang_Info* *update*. Walaupun dia juga menyadari bahwa tidak semua yang di posting oleh *Pinrang_Info* terjadi di Kota Pinrang. Menurutnya postingan itu bisa cepat karena *Pinrang_Info* juga memposting kiriman dari masyarakat Pinrang tentang kejadian terbaru yang terjadi.

Selaras dengan pernyataan di atas ilham sebagai warga Kota Pinrang juga mengikuti *Pinrang_Info* karena merasa bisa mendapatkan informasi dengan cepat.

²⁹ Lutpia, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Pao , pada tanggal 03 November 2023

“Faktor yang paling utama kenapa saya memfollow akun *Pinrang_Info*, karena bisa memberikan akses informasi yang cepat terkait kabar-kabar yg beredar baik dalam kota maupun di luar kota pinrang”³⁰

Ilham mengikuti perkembangan Kota Pinrang dengan mendapatkan informasi dari akun *Pinrang_Info*. Dengan kecepatan *Pinrang_Info* memberikan informasi kepada masyarakat itu bisa menyebarkan berita yang cepat. Selain informasi yang berasal dari Kota Pinrang, ada juga beberapa informasi daerah lain yang tengah menjadi perbincangan masyarakat lainnya.

Kebanyakan pengikut dari *pinrang_info* yang sempat di wawancara oleh penulis mengatakan bahwa mereka mengetahui akun tersebut dari teman mereka yang terlebih dahulu mengetahuinya. Serperti narasumber bernama Nurhayati, Hernawati, Nurfadilla dan Andry serentak menjawab dari teman.

“Kebanyakan pengikut dari *pinrang_info*

“Dari ig story teman”³¹

“Dari berita yang di bagi oleh teman saya”³²

“Pertama kali mengetahui akun pinrang info dari teman “³³

“Dari teman, yang aktif bermedia sosial menyarankan saya untuk mengikuti akun tersebut.”³⁴

Beberapa yang lain mengikuti akun *pinrang_info* dari unggahan yang lewat di beranda instagram mereka. Seperti Syukur dan Akma yang mulai mengikuti akun tersebut setelah melihat postingan yang *pinrang_info* unggah ke *instagram*.

³⁰ Ilham, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Warkop Amure , pada tanggal 04 November 2023

³¹ Nurhayati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

³² Hernawati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

³³ Nurfadilla, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

³⁴ Andry Pratama, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

“Saya mengetahui tentang akun Instagram tentang info melalui berita-berita yang diupload setiap saat setiap ada kejadian-kejadian yang terjadi di kota Pinrang”³⁵

“Mengetahui tentang akun Instagram Pinrang info itu sendiri melalui berbagai unggahan-unggahan yang dilakukan oleh Pinrang info terkait beberapa bencana yang pada saat itu terjadi di Kota Pinrang”³⁶

Jawaban yang syukur dan Akma berikan menjadi alasan pembeda sumber informasi tentang akun *instagram pinrang_info* dapatkan. Keduanya sama-sama memiliki persamaan yaitu tidak mendapatkan informasi dari teman akan tetapi direkomendasikan langsung oleh *instagram*.

Kecepatan dalam menyajikan informasi membuktikan Instagram *Pinrang_Info* sebagai salah satu yang terdepan dalam menyediakan berita terkini. Di tengah laju cepat perubahan dalam dunia digital, keterampilan untuk memberikan pembaruan dengan segera menjadi keunggulan yang sangat diapresiasi oleh pengguna. Oleh karena itu, Instagram *Pinrang_Info* menjadi destinasi favorit bagi mereka yang mencari informasi terbaru seputar acara, kegiatan, atau peristiwa penting lainnya.

Dalam era digital yang terus berkembang, Instagram *Pinrang_Info* telah meraih perhatian luas dari masyarakat Pinrang. Popularitasnya sebagai platform media sosial yang digemari tidak hanya bersumber dari reputasinya sebagai sumber informasi yang selalu terkini, tetapi juga kemampuannya dalam menyajikan konten yang relevan. Pilihan konten yang up-to-date menciptakan rasa keterikatan pengguna dengan peristiwa terbaru di sekitar mereka, mulai dari peristiwa lokal hingga isu nasional. Sebagai hasilnya, Instagram *Pinrang_Info* menjadi pilihan utama bagi mereka yang menginginkan informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

³⁵ Akma, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di kampus IAIN Parepare , pada tanggal 20 Januari 2024

³⁶ Syukur, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di kampus IAIN Parepare , pada tanggal 20 Januari 2024

Tidak mengherankan jika Instagram *Pinrang_Info* kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan digital masyarakat Pinrang. Kombinasi keakuratan, kecepatan, dan interaksi yang ditawarkan oleh media sosial ini menjadikannya opsi terdepan bagi mereka yang ingin tetap terhubung dengan perkembangan dunia sekitar dengan cara yang efektif dan efisien.

Selain alasan karena cepat dan update, ada juga beberapa masyarakat yang mengikuti *Pinrang_Info* sebab hanya ingin mendapatkan informasi dan pengetahuan baru tentang Kota Pinrang. Seperti seorang kreator asal pinrang bernama Nigo, yang mengikuti *Pinrang_Info* karena informasi seputar Kota Pinrang.

“Saya mengikuti *Pinrang_Info* di *Instagram* lebih karena alasan informasi dan pengetahuan. Terlepas dari kurangnya minat pribadi saya, saya merasa penting untuk tetap memperoleh pemahaman tentang kejadian dan perkembangan di kota Pinrang”³⁷

Dalam wawancara, sang konten kreator menyampaikan bahwa keputusannya untuk mengikuti akun Instagram *Pinrang_Info* didasarkan pada motivasi utama, yaitu keinginan untuk memperoleh informasi dan pengetahuan. Meskipun mengakui adanya kurangnya minat pribadi dalam hal tersebut, narasumber menegaskan bahwa dirinya merasa penting untuk tetap *up-to-date* dengan kejadian dan perkembangan di Kota Pinrang.

Menurutnya, keikutsertaannya dalam mengikuti akun tersebut bukan semata-mata untuk memenuhi keinginan pribadi, melainkan untuk memastikan bahwa ia tetap memiliki pemahaman yang memadai tentang apa yang terjadi di sekitarnya. Hal

³⁷ Nigo Agung Wicaksono, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Watang Sawitto, pada tanggal 03 November 2023

ini mencerminkan sikap proaktif dalam mencari informasi yang tidak hanya memengaruhi kehidupan pribadi tetapi juga kondisi dan peristiwa di lingkungan sekitar.

Para pengguna Instagram *Pinrang_Info* menunjukkan berbagai macam tanggapan yang menarik terhadap platform ini. Sebagai sumber informasi lokal, Instagram *Pinrang_Info* memiliki peran signifikan dalam menyampaikan berita dan peristiwa terkini di Pinrang. Beberapa pengguna mungkin mengalami tanggapan posisi dominan, di mana mereka menerima pesan dari Instagram *Pinrang_Info* sejalan dengan ideologi dan perspektif yang diusung oleh akun tersebut.

Mereka mungkin melihatnya sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya dan relevan untuk memahami perkembangan terbaru di daerah mereka. Di sisi lain, ada pengguna yang mengadopsi posisi negosiasi terhadap Instagram *Pinrang_Info*. Meskipun secara umum menerima informasi dari akun tersebut, mereka mungkin memiliki penolakan atau pertanyaan tertentu terhadap konten tertentu. Ini bisa mencakup kekhawatiran terkait validitas informasi atau interpretasi yang diberikan.

Kemudian, terdapat juga pengguna yang menghadirkan tanggapan dalam posisi oposisi. Mereka mungkin secara kritis mengganti atau mengubah pesan yang disampaikan oleh Instagram *Pinrang_Info* dengan pandangan atau pemikiran alternatif mereka. Hal ini bisa mencerminkan ketidaksetujuan terhadap sudut pandang yang diusung oleh akun tersebut atau upaya untuk mencari perspektif yang lebih beragam.

Dengan demikian, tanggapan pengguna terhadap Instagram *Pinrang_Info* mencerminkan dinamika kompleks dalam interaksi antara media sosial dan individu.

Hal ini juga menekankan pentingnya untuk memahami bahwa setiap individu dapat memiliki pendekatan yang berbeda terhadap platform tersebut, menciptakan spektrum tanggapan yang luas dan beragam.

1. Posisi Dominan

Posisi dominan mengacu pada situasi di mana media menyampaikan pesan dan khalayak menerimanya. Dalam hal ini khalayak menerima apa saja yang di upload oleh *Pinrang_Info* sebagai sebuah informasi yang terverifikasi dan dapat dipercaya. Misal narasumber yang bernama Nigo, dia merasa konten yang dibagikan oleh *Pinrang_Info* sangat berguna bagi banyak orang dan relevan dengan kebutuhan informasi Kota Pinrang.

“Menurut saya, kontennya dapat berguna bagi banyak orang yang peduli tentang berita dan informasi lokal. Meskipun saya tidak selalu terlibat dalam konten tersebut, saya menghargai upaya mereka dalam menyebarkan informasi relevan”³⁸

Pendapat Nigo bahwa Menurutnya, konten dianggap bermanfaat bagi banyak orang yang peduli dengan berita dan informasi lokal. dia menyadari bahwa informasi yang disampaikan dapat memberikan manfaat kepada banyak orang yang membutuhkan pemahaman tentang kejadian dan peristiwa di sekitar mereka.

Selain itu konten kreator ini juga, percaya dengan informasi yang diberikan oleh *Pinrang_Info*, sebab *Pinrang_Info* menjadi sumber informasi yang dapat di andalkan. Dia mengatakan bahwa :

³⁸ Nigo Agung Wicaksono, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Watang Sawitto , pada tanggal 03 November 2023

“Saya cenderung percaya pada keaslian dan kredibilitas informasi yang mereka bagikan, karena saya menganggap mereka sebagai sumber berita lokal yang dapat diandalkan.”³⁹

Nigo telah menganggap apa yang di informasikan *Pinrang_Info* sebagai sumber berita yang dapat diandalkan. Dari pernyataan ini dapat di tarik sebuah kesimpulan bahwa Nigo adalah orang yang termasuk dalam posisi Dominan. Krator ini, selalu memahami dan menerima pesan yang disampaikan oleh *Pinrang_Info*.

Selain Nigo, ada juga narasumber bernama Nurhaliza yang mengetahui *Pinrang_Info* setelah akun tersebut telah banyak di shere oleh teman-temannya. Adapun alasan Lisa mengikuti akun *Pinrang_Info* karena menurutnya, *Pinrang_Info* update membagikan informasi setiap harinya. Nurhaliza berpendapat bahwa *Pinrang_Info* memeberikan informasi yang relevan dengan kebutuhannya.

“Ya tentu saja, karena saya juga tinggal dipinrang tentunya infonya penting untuk diketahui”⁴⁰

Hasil wawancara di atas menyatakan bahwa lisa merasa bahwa kerana dia tinggal di Kota Pinrang maka penting untuk mengetahui informasi terbaru mengenai kota tersebut. Salah satu caranya dengan mengikuti akun instagram *Pinrang_Info* sebagai penyalur infomasi seputar Kota Pinrang. Selain itu Lisa juga merasa tidak pernah dikecewakan oleh pemberitaan yang diberikan oleh

³⁹ Nigo Agung Wicaksono, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Watang Sawitto , pada tanggal 03 November 2023

⁴⁰ Nurhaliza, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara melalui Watang Sawitto, pada tanggal 03 November 2023

Pinrang_Info. *Pinrang_Info*, menurut Lisa memberikan informasi terhadap kejadian yang terjadi di Kota Pinrang.

“Saya sangat menghargai konten yang dibagikan oleh *Pinrang_Info* di Instagram. Kontennya memberikan wawasan yang berharga tentang berita dan perkembangan terkini di kota Pinrang. Saya merasa kontennya sangat relevan dan informatif. Upaya mereka dalam menyajikan informasi lokal dengan cepat dan akurat memberikan nilai tambah bagi saya yang ingin tetap terhubung dengan berita lokal. Saya merasa konten mereka membantu meningkatkan pemahaman saya tentang peristiwa di sekitar saya, dan saya menganggapnya sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.”⁴¹

Masyarakat Kota Pinrang seperti Lisa ini juga termasuk ke dalam posisi dominan. Lisa sebagai pengikut akun *Pinrang_Info* memahami dan menerima informasi yang diberikan. Terlebih ketika info itu menyangkut tentang Kota Pinrang dan edisi kuliner hits di kota tersebut.

Disinin lain, juga ada Nurhayati seorang wiraswasta yang mengikuti *pinran_info* dari rekomendasi temannya. Memiliki sudut pandang yang sama dengan Nigo dan Lisa menurutnya saat ini akun tersebut sudah cukup baik dalam memberikan informasi dengan konten yang dimuat.

“Pinrang info sudah cukup baik sebagai media yang membagikan informasi terkini”⁴²

Nurhayati juga merasa informasi yang disebarkan telah mencakup beberapa jenis informasi, seperti kebakaran, kecelakaan dan pemadaman listrik yang sering terjadi di Kota Pinrang. Hayati kerap membagikan postingan dari

⁴¹ Nurhaliza, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara melalui Watang Sawitto, pada tanggal 03 November 2023

⁴² Nurhayati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber, pada tanggal 20 Januari 2024

pinrang_info kepada pengikutnya terlebih jika itu berisi info yang penting. Pandangannya tentang akun ini baik terlebih memiliki manfaat kepada masyarakat Pinrang.

“Saya merasa Konten yang dibagikan oleh *pinrang_info* bermanfaat terkhusus untuk masyarakat daerah Pinrang”⁴³

Seorang Mahasiswa yang bernama Akma juga memiliki kecenderungan menempati posisi oposisi. Sebab Akma merasa bahwa *pinrang_info* memberikan pengetahuan kepada masyarakat kota Pinrang sampai saat ini belum pernah merasa kecewa dengan postingan yang di unggah oleh akun tersebut.

“Menurut pendapat saya tentang konten yang dibagikan oleh *Pinrang_info* di Instagram itu sangat bagus karena bisa memberikan pengetahuan terhadap masyarakat atau info terhadap masyarakat tentang contoh mulai dari kuliner dan lain-lain yang ada di kota Pinrang”⁴⁴

Wawancara di atas juga menjelaskan bahwa Akma merasa info seperti kuliner memiliki manfaat untuk diinfokan kepada masyarakat kota Pinrang. Adanya informasi tersebut dapat meningkatkan pendapatan UMKM yang sedang merintis usaha. Manfaat itu akan langsung berimbas kepada masyarakat sebagai konsumen dan pengusaha.

Adapula Hernawati yang juga mendapatkan informasi dari temannya mengenai akun *pinrang_info*. Alasan Wati mengikuti akun tersebut karena

⁴³ Nurhayati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

⁴⁴ Akma, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di kampus IAIN Parepare , pada tanggal 20 Januari 2024

untuk mendapatkan informasi terbaru dari Kota Pinrang. Informasi terkait kejadian apa saja yang terjadi .

“Saya mengikuti Pinrang info tentu saja untuk mendapat informasi yang update terkait kejadian yang ada di Pinrang”⁴⁵

Hernawati yang tidak pernah berkomentar pada akun *pinrang_info*, hanya memberikan *like* kepada unggahan menarik menurutnya. Walaupun Wati merasa admin *pinrang_info* kurang respon terhadap komentar yang diberikan, Wati tetap menyukai postingan tersebut terlepas dari repon admin.

“Terkait konten yang di share oleh Pinrang info sejauh yang saya lihat ada yang bermanfaat seperti peristiwa yang di bagikan cukup up to date.”⁴⁶

Narasumber yang menempati posisi oposisi juga dimiliki oleh andry seorang yang bekerja sebagai barista. Andry berpendapat bahwa tidak pernah kecewa dengan unggahan yang dilakukan oleh *pinrang_info*. Selain itu Andry merasa cukup yakin dengan keakuratan dan kefaktualan dari postingan yang dibuat oleh akun tersebut.

“Cukup akurat dan faktual, karena memang saya orang pinrang asli yah dan senantiasa melihat kejadian sekitar jadi kalau info di *pinrang_info* pasti bisa dipastikan”⁴⁷

2. Posisi Negosiasi

Posisi ini mencerminkan penerimaan umum seperti yang dilakukan oleh posisi dominan, namun dengan penolakan dalam kasus-kasus tertentu. Posisi ini

⁴⁵ Hernawati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

⁴⁶ Hernawati, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

⁴⁷ Andry Pratama, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

pada dasarnya sepahaman dengan apa yang di lakukan oleh *Pinrang_Info*, akan tetapi tetap ada beberapa hal yang tidak disukai oleh khalayak. Beberapa khalayak ini menerima tapi juga bisa saja menolak disaat bersamaan. Ada dua narasumber yang memiliki menempati posisi seperti ini, yaitu narasumber yang bernama Lutpia dan Ilham. Misal dari Lutpia, mengatakan bahwa dirinya terkadang merasa apa yang disebarakan oleh *Pinrang_Info* memberikan informasi yang kurang informatif.

“Pernah. Saya merasa kecewa karena beberapa konten atau interaksi yang saya temui di akun Instagram *Pinrang_Info* tidak selalu sesuai dengan harapan saya. Terkadang, konten tersebut mungkin kurang informatif atau tidak sesuai dengan minat saya. Namun, penting untuk diingat bahwa kekecewaan tersebut tidak selalu berarti bahwa saya merasa keseluruhan akun tersebut buruk, tetapi lebih kepada perbedaan preferensi pribadi.”⁴⁸

Narasumber merasa beberapa konten yang di terkadang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Walaupun begitu Lutpia tak menampik bahwa tidak semua konten yang disebarakan oleh *Pinrang_Info* itu mengecewakan. Hanya beberapa konten yang menurutnya tidak sejalan dengan yang dia harapkan, terbukti dengan Lutpia tetap me-repost postingan *Pinrang_Info* ketika itu memang informatif menurutnya.

“Pernah. Saya pernah membagikan konten dari *Pinrang_Info* di Instagram ke akun saya sendiri karena saya merasa kontennya sangat informatif dan relevan dengan minat dan pengikut saya. Saya ingin berbagi informasi bermanfaat tersebut dengan teman-teman dan pengikut saya”⁴⁹

⁴⁸ Lutpia, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Pao , pada tanggal 03 November 2023

⁴⁹ Lutpia, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Pao, pada tanggal 03 November 2023

Lutpia menganggap bahwa ketika itu konten yang informatif dan relevan dengan apa yang dia harapkan, maka itu layak untuk dibagikan kepada orang lain melalui *instagram* milik pribadinya. Posisi Narasumber ini berada pada posisi negosiasi karena memiliki pemikiran yang sejalan dengan apa yang di posting oleh *Pinrang_Info* walaupun tidak dengan beberapa hal. Terlebih narasumber merasa bahwa informasi yang diberikan oleh *Pinrang_Info* masih terkesan tebang pilih.

“Pendapat saya sudah bagus namun dalam memposting informasi itu tidak menyeluruh terkadang admin yang mengendalikan *Pinrang_Info*, bisa memposting kiriman jika ada feedback yang diberikan meskipun itu adalah informasi seputar Pinrang....”⁵⁰

Posisi narasumber sebagai negosiasi, telah memberikan kritikan dan sekaligus masukan sebagai pengikut *Pinrang_Info* di media sosial *instagram*. Selain Lutpia, Nasumber lain yang bernama Ilham juga memiliki pendapat yang tidak begitu jauh dengan yang dikatakan oleh Lutpia. Ilham mengatakan bahwa dia merasa sering di kecewakan dengan postingan dari akun *Pinrang_Info*.

“.... saya kecewa karena menurut saya admin *Pinrang_Info* seperti memonopoli endorse atau artis yang hanya dia akrab saja sehingga usaha umkm lainnya susah untuk bersaing, karena faktor iklan dan ketenaran”⁵¹

Ilham merasa beberapa postingan *Pinrang_Info* tidak berimbang dalam mengelola konten iklan yang tidak terlalu memihak kepada UMKM yang ada di Kota Pinrang. Narasumber yang mengikuti akun *instagram Pinrang_Info* atas rekomendasi dari teman-temanya tidak menerima beberapa postingan yang terlalu banyak iklan dari *circle* atau yang akrab saja dengan pengelolah akun.

⁵⁰ Lutpia, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Pao , pada tanggal 03 November 2023

⁵¹ Ilham, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Warkop Amune , pada tanggal 04 November 2023

Seharusnya pemilik akun menyeimbangkan ketika ingin memposting sesuatu yang berbau iklan. Baik itu dari artis maupun UMKM sekitar yang berada pada Kota Pinrang.

Penggemar berita kriminal ini juga merasa bahwa beberapa berita yang di sebarakan oleh *Pinrang_Info* terkadang tidak dicek kebenarannya terlebih dahulu. Ilham akan selalu berinteraksi melalui fitur komen atau bahkan langsung menghubungi admin via DM (Direct Massage).

“saya pernah berinteraksi dengan akun *Pinrang_Info* baik komen maupun Dm secara langsung, bahkan saya dm *Pinrang_Info* agar info yang di share di saring terlebih dahulu kebenarannya”⁵²

Walaupun narasumber tidak menerima beberapa informasi yang relevan dengan dirinya dia merasa tetap menerima berita yang lain. Dari beberapa pernyataan Ilham, peneliti menganggap bahwa Ilham termasuk dalam posisi negosiasi yang mana menerima sebagian informasi yang diberikan oleh akun *Pinrang_Info*. Selain itu, Ilham juga merasa dengan keberadaan *Pinrang_Info* memberikan dampak positif terhadap informasi yang dibagikan kepada masyarakat Kota Pinrang.

Disisi lain Syukur sebagai seorang pekerja *Frelance* juga pernah merasa kecewa dengan postigan yang di unggah oleh *Pinrang_Info* karena kontennya tidak menyensor hal yang mesti tidak diperlihatkan. Syukur berpendapat seharusnya saat info kecelakaan mesti mensensor bagian-bagian yang kurang baik untuk diperlihatkan.

⁵² Ilham, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara Warkop Amune , pada tanggal 04 November 2023

“Pernah waktu itu karena ada beberapa kasus kemarin contohnya kasus kecelakaan kemarin dan mestinya korban itu harus diblur tetapi tidak dilakukan. sehingga ini dapat mencederai kehormatan korban . juga kami merasa sebagai pengikut merasa kecewa karena tidak sesuai dengan berita-berita yang semestinya untuk dibaca”⁵³

Syukur sebagai pengikut merasa dengan tidak melakukan penyensoran maka itu dapat mencederai keormatan korban dan keluarga sebab bisa jadi itu adalah sebuah aib. Walaupun begitu Syukur tetap mengikuti akun ini karena dapat membantu dalam mendapatkan informasi yang update tentang Kota Pinrang, terutama berita yang sesuai dengan kebutuhannya yaitu tentang informasi kebencanaan.

Mirip dengan yang lain, yang masuk pada posisi negosiasi bernama Nurfadilla. Nurfadilla merasa bahwa *pinrang_info* telah bagus dalam memberikan infomasi kepada masyarakat, akan tetapi ada beberapa konten yang menurutnya tidak perlu untuk di unggah.

“Konten yang di bagikan pinrang info cukup membantu dan bermanfaat untuk memudahkan Masyarakat mengetahui kejadian² sekitar kabupaten Pinrang. Walaupun terkadang ada konten yang rasanya tidak perlu untuk dishare.”⁵⁴

Menurutnya akun tersebut mestinya mengsoftir informasi apa saja yang layak untuk diunggah ke media sosial. Informasi seharusnya sesuai dengan kebutuhan orang Pinrang sehingga bisa meminimalisir konten yang tidak perlu untuk di unggah di *instagram*.

⁵³ Syukur, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di kampus IAIN Parepare , pada tanggal 20 Januari 2024

⁵⁴ Nurfadilla, Masyarakat Kota Pinrang, Wawancara di Rumah Narasumber , pada tanggal 20 Januari 2024

3. Posisi Oposisi

Seperti yang di jelaskan pada Tinjauan Teori, bahwa posisi oposisi terjadi ketika khalayak secara kritis mengganti atau mengubah pesan media dengan pesan alternatif sesuai dengan pemikiran mereka sendiri terhadap topik yang disampaikan media.

Semua yang berada pada posisi oposisi dominan diisi oleh Khalayak yang memiliki jenis kelamin Perempuan. Mulai dari Lisa, Akma, Hernawati, dan Nurhayati. Sisanya seperti Andry dan Nigo berjenis kelamin Laki-laki. Selain pada jenis gender, latar belakang mereka juga mempengaruhi. Kebanyakan dari oposisi memiliki latar belakang pekerja.

Sedangkan pada posisi negosiasi tidak dipengaruhi oleh gender. Akan tetapi dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan. Mereka yang berada pada posisi negosiasi saat ini (kecuali Syukur) masih menjalani studi sebagai Mahasiswa. Latar belakang pendidikan ini menjadi salah satu faktor mengapa mereka berada pada posisi negosiasi, mereka masih memiliki daya kritis yang kuat sehingga mempunyai sudut pandang yang berbeda pula.

Berdasarkan hasil analisis data dan perbandingan sumber informasi, tidak terdapat narasumber yang dapat dikategorikan ke dalam kategori tertentu. Secara umum, semua narasumber yang telah diwawancarai oleh peneliti terlibat dalam konten yang disajikan oleh akun *Pinrang_Info*, baik sebagai posisi dominan maupun dalam posisi negosiasi. Melalui wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa setiap narasumber memiliki posisi yang berbeda-beda. Memandang khalayak sebagai pihak yang aktif dalam membaca, menonton, atau mendengar, perbedaan ini menjadi

sesuatu yang lumrah. Hal ini disebabkan karena khalayak memiliki pendekatan yang bersifat subjektif terhadap pemahaman terhadap pesan yang disampaikan oleh *Pinrang_Info*.

Penelitian ini juga menemukan penerapan teori New Media yang merujuk pada produk-produk teknologi komunikasi yang muncul seiring dengan perkembangan komputer digital. Teori New Media juga menyoroti dampak sosial dari perkembangan teknologi digital. Kecepatan dalam menyebarkan informasi, kemampuan untuk berpartisipasi dalam diskusi global, dan potensi untuk mengubah persepsi sosial menjadi beberapa implikasi yang muncul.

Penerapan New Media tergambar pada pemanfaatan teknologi yang dilakukan oleh admin *Pinrang_Info*, dalam menyebarkan informasi ke sebagian besar masyarakat Kota Pinrang. Walaupun tidak sepenuhnya berjalan dengan baik karena kurangnya diskusi antara masyarakat dengan *Pinrang_Info*.

Dalam konteks penelitian ini, pengikut atau masyarakat Kota Pinrang memiliki kesempatan untuk menafsirkan konten di akun *Instagram Pinrang_Info*. Dengan merujuk pada konsep kategorisasi posisi khalayak oleh Stuart Hall, dapat disimpulkan bahwa khalayak Kota Pinrang memiliki potensi untuk sepenuhnya menerima atau posisi dominan, berada dalam posisi negosiasi, atau bahkan berada dalam posisi oposisi terhadap informasi yang disampaikan oleh *Pinrang_Info*.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan dalam skripsi penulis yang berjudul “Informasi Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang_Info*” maka penulis dapat mengambil kesimpulan:

1. *Instagram Pinrang_Info* sebagai penyedia informasi lokal memiliki beberapa jenis informasi yang sering dibagikan diantaranya Informasi Seputar Kota Pinrang, Informasi Kriminalitas, Informasi usaha / UMKM, Informasi lokasi Wisata, Informasi Seputar Pemerintahan Kota Pinrang, Informasi Pemberitaan Nasional, Informasi Orang Hilang, Informasi Prestasi Warga Pinrang, Informasi Lowongan Pekerjaan, Informasi Event.
2. Sebagian khalayak (Nigo, Lisa, Nurhayati, Akma, Hernawati, dan Andry) melihat *Instagram Pinrang_Info* sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan dan relevan (posisi dominan). Posisi dominan diisi oleh mayoritas perempuan dan latar belakang perkerja Di sisi lain, ada yang mengambil posisi negosiasi (Ilham, Lutpia, Syukur, dan Nurfadilla), menerima sebagian informasi sambil menyatakan ketidaksetujuan terhadap beberapa konten yang dianggap kurang informatif atau tidak sesuai harapan. Posisi negosiasi diisi oleh sebagian besar dengan latar belakang sebagai seorang Mahasiswa. Terakhir , tidak ada narasumber yang secara eksplisit mengambil posisi oposisi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengemukakan beberapa saran terkait hal ini, antara lain yaitu pertama untuk admin akun *Pinrang_Info* agar lebih merespon masyarakat yang berkomentar di kolom komen. Sehingga terjadi komunikasi dua arah antara pengelola dan masyarakat. Juga lebih mengimbangkan pengiklangan usaha antara UMKM dan usaha yang telah besar, tujuannya agar UMKM Kota Pinrang bisa lebih dikenal lagi. Selain itu dalam menyebarkan informasi agar juga tidak tebang pilih serta mengecek kembali kebenaran berita tersebut, sehingga tidak terjadi berita hoax yang menyesatkan dan merugikan masyarakat.

Penulis juga memberikan saran kepada masyarakat agar lebih aktif lagi dalam menggunakan media sosial, terutamanya instagram. Turut lebih andil dalam mengawasi setia informasi yang dibagikan oleh *Pinrang_Info*. Selain itu tidak bosan dan henti-hentinya memberikan saran dan kritikan kepada pengelola *Pinrang_Info* agar bisa berkembang jauh lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Al – Qur’an Al – Karim

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

Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2015.

Bella Nadyantara, Skripsi: “Efektivitas Media Sosial *Instagram* @FUADBAKH sebagai Media Dakwah (Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik)” (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018).

Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.

Denis, Mc Quail. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2013.

Difa Nurhasna Ayutiani & Berlian Primadani Satria Putri. Agustus 2018. “Penggunaan Akun *Instagram* sebagai Media Informasi Wisata Kuliner”. *Profesi Humas*, Vol. 3, No. 1.

Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001. Gumgum Gumilar, & Ipit Zulfan 2014, “Penggunaan media massa dan internet sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi oleh pengelola industri kecil dan menengah di bandung”. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol. 2, No. 1.,

Farida Aryani, *Peran Peergroup Dalam Membentuk Gaya Hidup Konsumtif Remaja*, Universitas Pendidikan Indonesia, (Bandung, *perpustakaan.upi.edu*, 2014) H. 46 – 47.

Farida Aryani, *Peran Peergroup Dalam Membentuk Gaya Hidup Konsumtif Remaja*, Universitas Pendidikan Indonesia, 2014 H. 47.

Fauziah Mafiroh, *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh akun @tamanwisatagenilagit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Pengunjung Taman Wisata Geni Langit*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (Ponorogo, 6 September 2019). H. 1,

- Fendri, Tips Dasar *Instagram*, <https://rocketmanajemen.com/fitur-fitur-dasarinstagram/>.
- Geoff Desreumaux, “The Complete History Of Instagram”.
- Lenaini, I. *Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling*. Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah, 6(1), 33-39.2021
- Mu’arifatul Ainy, Skripsi: “Konstruksi Busana Model Busana Muslimah Zaskia Adya Mecca di *Instagram* (analisis semiotic roland barthes)” Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018.
- Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Nabila Rizki Azizah, Ratnaningrum Zusyana Dewi, Masnia Ningsih, Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Stereotip Profesi Pada Video Kitabisa.com di *Youtube* (Ilmu Komunikasi Fisip-Universitas Islam Majapahit : <http://ejurnal.unim.ac.id>, 2020) 3-4.
- Nasrullah, Rulli. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Prenadameida Grop, 2014.
- Puguh Kurniawan, Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh, (Jawa Timur : Universitas Trunojoyo Madura, 2017)
- Riski Amalia Fitri. Skripsi: “Pengaruh Akun *Instagram* Kuliner Lampung sebagai Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Bandar Lampung” Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2018.
- Rulli Nasrullah, Media Sosial Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Sugiarto, Mathew. *Instagram Marketing*. Jakarta Selatan: PT. Pengembang Lintas Pengetahuan 2018.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: ALFABETA, 2018.

Syahreza, M Fachri dan Irwan Syari Tanjung, Januari 2018. Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan UNIMED. Jurnal Interaksi. No 1.

<http://ejournal.President.ac.id/presunivojs/index.php/FIRMJOURNAL/article/download/337/193>

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram>.

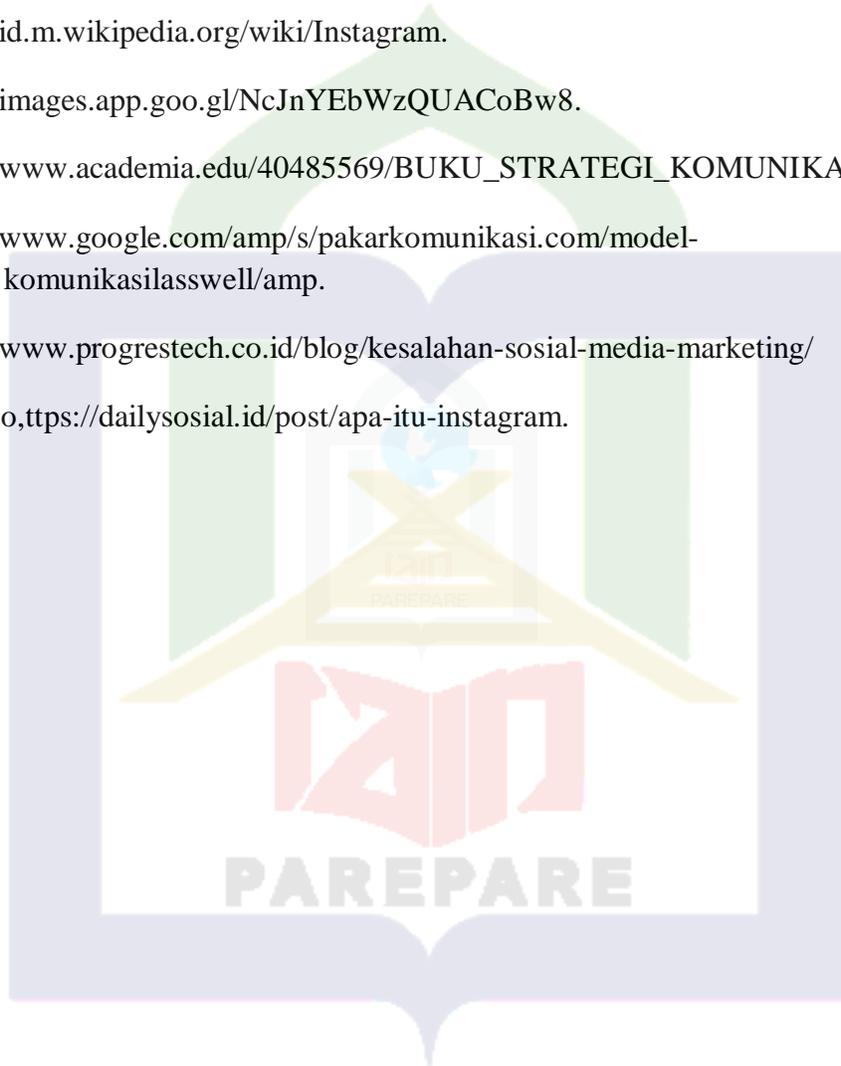
<https://images.app.goo.gl/NcJnYEBwzQUACoBw8>.

https://www.academia.edu/40485569/BUKU_STRATEGI_KOMUNIKASI.

<https://www.google.com/amp/s/pakarkomunikasi.com/model-komunikasilaswell/amp>.

<https://www.progrestech.co.id/blog/kesalahan-sosial-media-marketing/>

Winarso, [tps://dailysosial.id/post/apa-itu-instagram](https://dailysosial.id/post/apa-itu-instagram).





LAMPIRAN



NAMA MAHASISWA : YUSRAN FAHAB
NIM : 17.3600.021
FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
PRODI : JURNALISTIK ISLAM
JUDUL : ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA SOSIAL
MEDIA *INSTAGRAM* PADA *PINRANG INFO*

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?
2. Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?
3. Apakah Anda merasa konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram informatif?
4. Apakah Anda pernah berpartisipasi dalam kontes atau acara yang diadakan oleh Pinrang Info di Instagram?
5. Apakah Anda pernah berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?
6. Apa jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai?
7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?
8. Bagaimana Anda menilai reospons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?
10. Apakah Anda pernah membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?
11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?
12. Apakah Anda pernah merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?
13. Bagaimana Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?
14. Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?
15. Apakah Anda merasa bahwa akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?



NAMA MAHASISWA : YUSRAN FAHAB
NIM : 17.3600.003
FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
PRODI : JURNALISTIK ISLAM
JUDUL : ANALISIS RESEPSI KHALAYAK PADA SOSIAL
MEDIA *INSTAGRAM* PADA *PINRANG INFO*
TRANSKRIP WAWANCARA

Informan I (Lutpia)

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Mengenai akun Instagram Pinrang Info, saya mengetahui melalui sosial media Instagram tentunya karena saya beranggapan bahwa selain dari Sidrap Info, Parepare info tentu Pinrang juga memiliki akun media sosial yang sifatnya memberikan informasi terkhususnya warga lokal maupun bukan.

2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Karena dengan adanya Pinrang info kita lebih cepat mendapat informasi yang update sedang terjadi, meskipun pada postingannya tidak semua tentang informasi seputar Pinrang tapi akun tersebut begitu cepat dan update karena sering kali memposting kiriman dari warga lokal yang mendapatkan informasi seputar Pinrang.

3. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Pendapat saya sudah bagus namun dalam memposting informasi itu tidak menyeluruh terkadang admin yang mengendalikan Pinrang info, bisa memposting kiriman jika ada feedback yang diberikan meskipun itu adalah informasi seputar Pinrang, seringkali juga saya menyaksikan postingan-postingan barang jualan, tpi bisa saja itu adalah cara admin berpenghasilan.

4. Pernahkah Anda mengikuti kontes atau acara yang diadakan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Sejauh yang saya tahu, saya belum pernah mengikuti atau mengetahui adanya kontes atau acara dari Pinrang Info di Instagram.

5. Pernahkah Anda berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Sering melalui komentar-komentar

6. Jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Seputar informasi yang berbau kriminal.

7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Saya tidak merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram.

8. Bagaimana penilaian Anda terhadap respons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

Jawaban :

Saya rasa admin tidak begitu memperhatikan respon maupun komentar seluruh warga disetiap postingan.

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?

Jawaban:

Sebenarnya pinrang info sangat dibutuhkan namun sedikit yang ingin saya sampaikan bahwa mungkin lebih baik pada saat mempublish informasi silahkan sifatnya yang menyeluruh jangan memilih-milih informasi yang ingin dipublish.

10. Pernahkah Anda membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?

Jawaban :

Pernah. Saya pernah membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun saya sendiri karena saya merasa kontennya sangat informatif dan relevan dengan minat dan pengikut saya. Saya ingin berbagi informasi bermanfaat tersebut dengan teman-teman dan pengikut saya.

11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Dengan cara mengecek kembali link portal berita yang admin Pinrang info bagikan.

12. Pernahkah Anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Pernah. Saya merasa kecewa karena beberapa konten atau interaksi yang saya temui di akun Instagram Pinrang Info tidak selalu sesuai dengan harapan saya.

Terkadang, konten tersebut mungkin kurang informatif atau tidak sesuai dengan minat saya. Namun, penting untuk diingat bahwa kekecewaan tersebut tidak selalu berarti bahwa saya merasa keseluruhan akun tersebut buruk, tetapi lebih kepada perbedaan preferensi pribadi.

13. Bagaimana menurut Anda Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?

Tidak Terlalu. Menurut saya, ada beberapa cara di mana Pinrang Info bisa meningkatkan pengalaman saya sebagai pengikut di Instagram. Mungkin mereka bisa lebih sering mengunggah konten yang relevan dengan minat saya atau berinteraksi lebih aktif dengan komentar dan pesan dari pengikut. Juga, menyediakan konten yang lebih terstruktur dan informatif dapat membuat pengalaman pengikut menjadi lebih baik.

14. Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Untuk kedepannya apapun yang berbau informasi silahkan dipublish karena masyarakat haus akan informasi tidak memilih-milih informasi yang akan dipublish.

15. Apakah menurut Anda akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Memiliki karena dengan adanya pinrang info masyarakat lebih muda mendapatkan informasi, mulai dari ujung timur, barat hingga semuanya.

Informan II (Nigo Agung Wicaksono)

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Saya mengetahui akun Instagram Pinrang Info melalui rekomendasi dari beberapa teman dan keluarga yang mengikuti akun tersebut. Meskipun saya tidak terlalu tertarik pada informasi yang mereka bagikan, saya ingin tetap memperoleh akses ke sumber berita lokal.

2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Saya mengikuti Pinrang Info di Instagram lebih karena alasan informasi dan pengetahuan. Terlepas dari kurangnya minat pribadi saya, saya merasa penting untuk tetap memperoleh pemahaman tentang kejadian dan perkembangan di kota Pinrang.

3. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Menurut saya, kontennya dapat berguna bagi banyak orang yang peduli tentang berita dan informasi lokal. Meskipun saya tidak selalu terlibat dalam konten tersebut, saya menghargai upaya mereka dalam menyebarkan informasi relevan.

4. Pernahkah Anda mengikuti kontes atau acara yang diadakan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Tidak pernah. Saya tidak memiliki minat untuk mengikuti kontes atau acara yang diadakan oleh Pinrang Info di Instagram.

5. Pernahkah Anda berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Saya jarang berinteraksi dengan akun tersebut melalui komentar atau pesan langsung. Saya lebih suka menjadi pengikut pasif.

6. Jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Saya tidak memiliki preferensi khusus terhadap jenis konten tertentu. Namun, jika ada informasi terkini tentang kota Pinrang, saya mungkin akan lebih tertarik.

7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Tidak, saya tidak merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram. Saya hanya mengikuti mereka untuk informasi.

8. Bagaimana penilaian Anda terhadap respons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

Jawaban :

Saya tidak memiliki pengalaman berinteraksi dengan respons mereka, jadi saya tidak dapat memberikan penilaian.

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?

Jawaban :

Sebagian besar informasi yang mereka berikan mungkin relevan bagi banyak orang, tetapi tidak selalu relevan dengan kebutuhan pribadi saya.

10. Pernahkah Anda membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?

Jawaban :

Saya jarang membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun saya sendiri, kecuali jika saya merasa itu benar-benar penting untuk disebarluaskan.

11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Saya cenderung percaya pada keaslian dan kredibilitas informasi yang mereka bagikan, karena saya menganggap mereka sebagai sumber berita lokal yang dapat diandalkan.

12. Pernahkah Anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Tidak, saya tidak pernah merasa kecewa dengan konten atau interaksi di akun Instagram Pinrang Info.

13. Bagaimana menurut Anda Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?

Jawaban :

Bagi saya pribadi, mereka dapat meningkatkan pengalaman saya dengan menyediakan lebih banyak informasi terkini tentang kejadian di kota Pinrang dan berfokus pada topik yang mungkin lebih menarik bagi berbagai kelompok masyarakat.

14. Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Saya mungkin tidak memiliki banyak masukan karena kurangnya minat pribadi saya, tetapi mungkin mereka bisa lebih mempromosikan berita dan informasi yang lebih beragam dan relevan untuk menarik perhatian lebih banyak pengikut.

15. Apakah menurut Anda akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Saya percaya bahwa akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif dengan menyebarkan berita dan informasi lokal yang dapat membantu masyarakat Pinrang tetap terinformasi tentang perkembangan kota mereka. Meskipun saya tidak terlalu terlibat, saya mengakui pentingnya sumber berita lokal seperti mereka

Informan III (Nurhaliza)

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Banyak di share oleh teman pengguna instagram lainnya terutama teman-teman yang memang tinggal di daerah pinrang

2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Karena update membagikan informasi setiap harinya

3. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Saya sangat menghargai konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram. Kontennya memberikan wawasan yang berharga tentang berita dan perkembangan terkini di kota Pinrang. Saya merasa kontennya sangat relevan dan informatif. Upaya mereka dalam menyajikan informasi lokal dengan cepat dan akurat memberikan nilai tambah bagi saya yang ingin tetap terhubung dengan berita lokal. Saya merasa konten mereka membantu meningkatkan pemahaman saya tentang peristiwa di sekitar saya, dan saya menganggapnya sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

4. Pernahkah Anda mengikuti kontes atau acara yang diadakan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Tidak

5. Pernahkah Anda berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Tidak, saya hanya biasa membagikan info yang relevan dan saya rasa penting untuk diketahui teman-teman yang mengikuti saya.

6. Jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Informasi seputar kota pinrang terutama info kuliner yang lagi hits

7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Tidak

8. Bagaimana penilaian Anda terhadap respons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

Jawaban :

Saya tidak melihat interaksi timbal balik, kebanyakan hanya komen dari followers namun tidak ada feedback balasan komen dari pinrang info. Tapi untuk beberapa pertanyaan ada yang dijawab cuman feedbacknya tidak terlalu sering.

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?

Jawaban :

Ya tentu saja, karena saya juga tinggal dipinrang tentunya infonya penting untuk diketahui

10. Pernahkah Anda membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?

Jawaban :

Pernah, saya pernah membagikannya di fitur instagram stories

11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Jika info tersebut juga dibagikan di akun lainnya seperti makassar info ataupun platform informasi lainnya.

12. Pernahkah Anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Tidak juga

13. Bagaimana menurut Anda Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?

Jawaban :

Sudah baik dan update sehingga saya bisa tau info terbaru dikota ini.

14. Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Untuk konten iklan dan informasinya dalam tiap harinya lebih banyak konten iklan yang saya perhatikan. Tapi mungkin itu adalah bagian dari pengelolaan

instagramnya jadi saya rasa wajar saja. Namun perlu diseimbangkan lagi antara informasi dan juga iklan jualan yang dibagikan.

15. Apakah menurut Anda akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Tentu saja, terutama jika ada kegiatan positif maka masyarakat pinrang akan ikut berpartisipasi

Informan IV (Ilham)

1. Bagaimana anda mengetahui tentang akun instagram pinrang info?

Jawaban :

Saya mengetahui akun pinrang info dari teman-teman dan sosial media, karena Beredar informasi terkait bumi lasinrang

2. Apa yang mendorong anda untuk mengikuti pinrang info di instagram?

Jawaban :

Faktor yang paling utama kenapa saya memfollow akun pinrang info, karena Bisa memberikan akses informasi yang Cepat terkait kabar-kabar yg beredar baik dalam kota maupun di luar kota pinrang

3. Bagaimana pendapat anda tentang konten yang di bagikan oleh pinrang info di instagram?

Jawaban :

Pendapat saya terkait konten yang di share dapat memberi informasi kpd masyarakat secara cepat dan bisa membantu masyarakat untuk menyebarkan informasi, Dan membantu masyarakat terkait hal-hal yang urgent

4. Pernahkah anda mengikuti kontes atau acara yg di adakan oleh pinrang info?

Jawaban :

Sejauh ini saya tidak pernah mengikuti hal-hal yang dipromosikan pinrang info, karena saya hanya perfokus pada informasi seputar hal yang memberi manfaat dan hal yang edukatif

5. Pernahkah anda berinteraksi dengan akun instagram pinrang info, melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Iya saya pernah berinteraksi dengan akun pinrang info baik komen maupun Dm secara langsung, bahkan saya dm pinrang info agar info yang di share di saring terlebih dahulu kebenarannya!

6. Jenis konten dari pinrang info di instagram yang paling anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Konten-konten yang di share pinrang info semua menarik dan mengedukasi publik, tapi apabila anda menanyakan hal yang saya sukai yaitu konten mengenai info

seputar kriminal, dan info terkait Berita kemanusiaan seperti peristiwa di Gaza Palestina dan informasi kemanusiaan lainnya

7. Apakah anda merasa terlibat dalam komunitas yang di bangun oleh pinrang info?

Jawaban :

Sejauh ini saya tdk pernah terlibat komunitas yang di Garap oleh pinrang info, tapi saya berharap pinrang info bisa melahirkan komunikasi yang berkualitas yg bisa membantu masyarakat terkait dengan pendidikan moral dan agama

8. Bagaimana penilaian anda terhadap respons pinrang info terhadap komentar atau pernyataan pengikut di instagram?

Jawaban :

Sebelum saya tidak terlalu mengikuti respon pinrang info mengenai komentar publik di instagram, tapi menurut saya pinrang info sebaiknya merespon komen yg bijak dan substansi sehingga admin ataupun publik bisa menebak tanpa banyak tanya, atau alternatif lainnya captionnya harus lebih bermakna lagi.

10. Pernahkah anda membagikan konten dari pinrang info di instagram ke akun anda sendiri?

Jawaban :

Iya seingat saya pernah saya me repost postingan pinrang info seputar dunia olahraga atau lebih spesifik terkait final piala Dunia argentina vs France

11. Bagaimana anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang di bagikan oleh pinrang info?

Jawaban :

Cara saya menilai keaslian informasi yang di bagikan pinrang info ialah saya Menyingkron kan berita tersebut dengan media2 resmi

9. Apakah anda merasa informasi yang diberikan oleh pinrang info di instagram relevan dengan kebutuhan anda?

Jawaban :

Tergantung dengan informasi nya, jika pada waktu tertentu saya pribadi butuh info terkait Pemadaman listrik atau info dari Bmkg atau informasi yang lainnya, tentu relevan karena faktor urgent atau kebutuhan

12. Pernahkah anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun instagram pinrang info?

Jawaban :

Iya sering saya kecewa karena menurut saya admin pinrang info seperti Memonopoli endorse atau artis yang hanya dia akrab saja sehingga usaha umkm lainnya susah untuk bersaing karena faktor Iklan dan ketenaran

13. Bagaimana menurut anda pinrang info dapat meningkatkan pengalaman anda sebagai pengikut di instagram?

Jawaban :

Menurut saya admin pinrang info harus memiliki pengetahuan yang luas kemampuan linguistik yg baik serta pengetahuan analisa berita yang tepat, agar informasi yang di share terhindar dari Fitnah Hoax yang dapat merugikan dirinya dan Publik secara luas

14. Apakah anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun instagram pinrang info?

Jawaban :

Saran dan masukan saya terkait pinrang info ialah, banyakin belajar, perbaiki Keabsahan berita dan hindari monopoli Serta Bijaklah dalam memilih Endorse

15. Apakah menurut anda akun instagram pinrang info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Iya tentu saja akun pinrang info sangat memberikan dampak positif untuk seluruh flowesnya, tapi hal itu harus di pertahankan dengan integritas, konsistensi dan eksistensi agar tetap bisa menjadi pemberi informasi untuk publik!!!

Informan V (NurHayati)

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Dari ig story teman

2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Karena dapat memberikan informasi terutama di daerah pinrang

3. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Konten yang dibagikan bermanfaat terkhusus untuk masyarakat daerah pinrang

4. Pernahkah anda mengikuti kontes atau acara yg di adakan oleh pinrang info?

Jawaban :

Tidak pernah

5. Pernahkah Anda berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Tidak pernah

6. Jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Adalah informasi bermanfaat seperti ada kecelakaan, kebakaran, pemadaman listrik

7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Mungkin

8. Bagaimana penilaian Anda terhadap respons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

Jawaban :

Tidak begitu banyak interaksi yang terjadi antara pengikut dan akun pinrang info

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?

Jawaban :

Iya

10. Pernahkah Anda membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?

Jawaban :

Ya jika itu adalah informasi penting

11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Keaslian berita dapat dilihat dari video yang share jd sy merasa bahwa informasi yang dibagikan dapat dipercaya

12. Pernahkah Anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Sejauh ini tidak

13. Bagaimana menurut Anda Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?

Jawaban :

Pinrang info sdh cukup baik sebagai media yang membagikan informasi terkini

14. Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Saran saya admin akun pinrang info dpt bergabung di kolom komentar dgn pengikutnya

15. Apakah menurut Anda akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Iya, karena info terkini yg dibagikan dapat bermanfaat bagi masyarakat

Informan VII (Hernawati)

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Dari berita yang di bagi oleh teman saya

2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Saya mengikuti Pinrang info tentu saja untuk mendapat informasi yang update terkait kejadian yang ada di Pinrang.

3. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Terkait konten yang di share oleh Pinrang info sejauh yang saya lihat ada yang bermanfaat seperti peristiwa yang di bagikan cukup up to date .

4. Pernahkah anda mengikuti kontes atau acara yg di adakan oleh pinrang info?

Jawaban :

Tidak pernah

5. Pernahkah Anda berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Saya tidak pernah berkomentar ataupun mengirim pesan ke Pinrang info, hanya me-like postingan yang menurut saya menarik.

6. Jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Tentu pemberitaan di Pinrang, sesuai dengan alasan saya mengikuti akunnya.

7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Tidak juga.

8. . Bagaimana penilaian Anda terhadap respons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

Jawaban :

Menurut saya kurang responsif, karena saya melihat beberapa komentar yang menanyakan sesuatu namun hanya di jawab oleh orang lain bukan admin Pinrang info itu sendiri.

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?

Jawaban :

Untuk relevansi sebuah pemberitaan saya tidak terlalu bergantung ke Pinrang info dan masih mencari ke sumber berita lainnya untuk menjamin kredibilitas. Namun tetap saya anggap sebagai sumber informasi yang penting.

10. Pernahkah Anda membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?

Jawaban :

Tidak pernah

11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Kembali ke jawaban nomer 9 Terimakasih.

12. Pernahkah Anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

iya, adminnya kurang responsif dengan komentar, selain itu saya merasa caption dari berita yang di share kurang lengkap untuk menjelaskan lebih detail.

13. Bagaimana menurut Anda Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?

Jawaban :

Sedikit

14. . Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Saran saya sebagai sebuah lapak informasi, sebaiknya dalam menyebar sebuah berita akan lebih baiknya jika di sertakan detail yang lebih jelas, jika hanya singkat singkat, pengguna Instagram normal saja bisa melakukannya.

15. Apakah menurut Anda akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Menurut saya Pinrang info tentu memiliki dampak positif, mengingat sekarang remaja lebih senang menggunakan sosial media, dengan adanya penyebar informasi seperti Pinrang info, anak muda sekarang juga bisa mengetahui berita atau fenomena terbaru khusus Masyarakat Pinrang.

Informan VII (Nurfadilla)

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Pertama kali mengetahui akun pinrang info dari teman

2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Agar mendapatkan informasi up to date yang ada disekitar daerah pinrang.

3. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Konten yang di bagikan pinrang info cukup membantu dan bermanfaat untuk memudahkan Masyarakat mengetahui kejadian² sekitar kabupaten Pinrang. Walaupun terkadang ada konten yang rasanya tidak perlu untuk dishare.

4. Pernahkah anda mengikuti kontes atau acara yg di adakan oleh pinrang info?

Jawaban :

Belum pernah

5. Pernahkah Anda berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Belum pernah

6. Jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Kejadian terkini

7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Tidak

8. . Bagaimana penilaian Anda terhadap respons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

Jawaban :

Kurang tau jarang memperhatikan komentar, dan belum pernah nge dm Pinrang unfo

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?

Jawaban :

Iyaa, walaupun ada beberapa yang terkadang hal yang tidak perlu.

10. Pernahkah Anda membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?

Jawaban :

Sepertinya pernah

11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Dengan cara mencari informasi lebih lanjut tentang berita yang dibagikan.

12. Pernahkah Anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Untuk konten saya pernah merasa kecewa, kalau untuk respon saya tidak tau

13. Bagaimana menurut Anda Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?

Jawaban :

Iyaa selama memberikan konten yang bermanfaat.

14. . Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Untuk admin semangat untuk selalu update dalam memberikan informasi, dan Saya harap pinrang info dalam memberikan informasi itu lebih detail karena kadang ada konten yang bukan nya memberi informasi malah membuat org² pusing. Dan diharap konten nya jangan hal yang tidak perlu

15. Apakah menurut Anda akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Iya

Informan VIII (Akma)

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Saya mengetahui tentang akun Instagram tentang info melalui berita-berita yang diupload setiap saat setiap ada kejadian-kejadian yang terjadi di kota Pinrang

2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Agar saya bisa mendapatkan info info terkait kejadian-kejadian di kota Pinrang tepat waktu

3. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Menurut pendapat saya tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang info di Instagram itu sangat bagus karena bisa memberikan pengetahuan terhadap masyarakat atau info terhadap masyarakat tentang contoh mulai dari kuliner dan lain-lain yang ada di kota Pinrang

4. Pernahkah anda mengikuti kontes atau acara yg di adakan oleh pinrang info?

Jawaban :

Sejauh ini untuk kontes belum ada

5. Pernahkah Anda berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Ya, pernah saya pernah berinteraksi dengan akun Instagram tentang info melalui komentar. Pada saat itu saya mengomentari sebuah berita yang terjadi di kota Pinrang

6. Jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Konten yang paling saya suka adalah konten yang mengedukasi

7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Tidak tahu

8. Bagaimana penilaian Anda terhadap respons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

Jawaban :

Tidak tahu

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?

Jawaban :

Ya saya merasa tentang info memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan sekarang

10. Pernahkah Anda membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?

Jawaban :

Pernah

11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Dengan Cara melihat dari beberapa akun yg memposting kejadian yg sama atau berita yg di sebar oleh pinrang info

12. Pernahkah Anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Tidak pernah

13. Bagaimana menurut Anda Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?

Jawaban :

Tidak tau

14. Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Saran sebelum membagikan berita alangkah baik.y periksa terlebih dahulu tiap kata yg digunakan krna selama ini selalu ada kata Yang typo atau bahkan kurang Dan itu terjadi berulang dalam 1 berita

15. Apakah menurut Anda akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Ya, berdampak positif

Informan IX (Syukur)

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Cara mengetahui tentang akun Instagram Pinrang info itu sendiri adalah melalui berbagai unggahan-unggahan yang kemudian dilakukan oleh Pinrang info terkait beberapa bencana sehingga itu kemudian muncul di Instagram

2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

terkait beberapa update berita yang kemudian di share oleh Pinrang info sehingga membuat kita sebagai konsumennya atau sebagai pengikut Instagram Pinrang info

3. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

merasa tertarik untuk mengikuti Instagram info karena dengan beberapa apa yang kemudian diupload itu membuat tidak sebagai pengikut merasa tertarik

4. Pernahkah anda mengikuti kontes atau acara yg di adakan oleh pinrang info?

Jawaban :

Selama saya mengikuti Pinrang info saya tidak pernah ikut andil dalam acara yang digelar, Saya hanya memantau apa yang kemudian diupdate oleh Pinrang info di Instagram itu sendiri

5. Pernahkah Anda berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Saya hanya berkomentar di beberapa unggahan kemudian diunggah oleh bidang info terkait beberapa bencana contohnya yang kemarin yang ada di desa wisata ada beberapa titik longsor saya memberikan komentar di akun Instagram

6. Jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Yang paling saya sukai adalah berita-berita yang info adalah berita-berita yang akurat contohnya beberapa titik tempat wisata tempat kuliner dan beberapa kejadian-kejadian yang kemudian diupload yang kemudian berbasis dengan fakta

7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Saya tidak terlibat langsung saya hanya memantau komunitas atau ke Instagramnya

8. Bagaimana penilaian Anda terhadap respons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

Jawaban :

Cukup lama karena kebetulan info juga membalas terkait komentar-komentar pengikutnya di Instagram dengan beberapa beberapa berita kemarin yang kemudian di-update oleh Pinrang info cukup banyak komentar yang udah dibalas oleh adminPinrang info itu sendiri jadi cukup lama.

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?

Jawaban :

Saya kira ini relevan sekali dan membantu saya secara umum contohnya yang kemudian pada Instagram karena kemudian berita-berita yang kemudian di-upload oleh InstagramPinrang info itu kemudian telah sedikit membantu masyarakat khususnya pengguna gadget hari ini karena mereka bisa melihat membaca atau kemudian jawab oleh kita cukup membantu

10. Pernahkah Anda membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?

Jawaban :

ya pernah kebetulan kemarin bencana ada bencana kemarin di desa yang terkena longsor kebetulan di upload juga info singkat di Instagram saya sendiri kemudian dibagi oleh handphone sederhana saya

11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Melihat apakah yang di-upload oleh Pinrang infomengupload berita sesuai dengan fakta di lapangan ataukah tidak benar.

12. Pernahkah Anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Pernah waktu itu karena ada beberapa kasus kemarin contohnya kasus kecelakaan kemarin dan mestinya kurban itu harus diblur tetapi ada kemarin takut yang di upload itu tidak mem sensor luka yang kemudian dialami oleh korban sehingga ini mencederai kehormatan korban sendiri sehingga ini merasa kita sebagai pengikut merasa kecewa karena tidak sesuai dengan berita-berita yang semestinya untuk dibaca

13. Bagaimana menurut Anda Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?

Jawaban :

terkait pengalaman sebagai bentuk kristal mengikuti Instagram karena salah satu atau ke berita-berita atau bahkan kejadian yang kemudian diap oleh pihak info tidak bisa mengetahui tentang bagaimana kemudian kejadian ini bisa terjadi pengalaman pengalaman.

14. Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Sebatas saran untuk pinranginfo agar berita apakah kejadian kejadian yang kemudian diakui di Instagram berbasis fakta dan tentu memenuhi kriteria berita sehingga khalayak yang membaca ataukah mereka langsung bisa tetap di bawah berita-berita yang tidak upload tidak hanya menulis buktinya harus berbasis fakta di lapangan itu menarik

15. Apakah menurut Anda akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Kalau terkait dampak positif Pinrang info memberikan dampak positif kepada masyarakat secara umum lagi-lagi karena kebanyakan hari ini anak-anak orang tua itu menggunakan gadget sehingga mereka bisa melihat berita apa yang hari ini di update oleh Pinrang info sehingga ingin menjadi hal positif ini tidak kemudian diimbangi dengan membaca atau pemilihan apa yang diunggah oleh bidang hukum sehingga kita merasa tertarik untuk membaca dan sebagai pengikutnya tidak merasa kecewa

Informan X (Andry Pratama)

1. Bagaimana Anda mengetahui tentang akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Dari teman, yang aktif bermedia sosial menyarankan say untuk mengikuti akun tersebut.

2. Apa yang mendorong Anda untuk mengikuti Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Sebagai wadah informasi untuk saya selaku warga pinrang untuk mendapatkan informasi terbaru terkait kotan pinrang.

3. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Sangat memuaskan, dikarenakan informasinya yang selalu terkini juga penyajian informasi yang menarik dalam hal konten

4. Pernahkah anda mengikuti kontes atau acara yg di adakan oleh pinrang info?

Jawaban :

Sampai saat ini saya belum pernah mengikuti kontes atau acara yang dilakukan atau di infokan oleh pinrang info

5. Pernahkah Anda berinteraksi dengan akun Instagram Pinrang Info melalui komentar atau pesan langsung?

Jawaban :

Pernah sekali, ketika berita kecelakaan karna mengira itu adalah keluarga saya

6. Jenis konten dari Pinrang Info di Instagram yang paling Anda sukai adalah apa?

Jawaban :

Informasi tentang lowongan pekerjaan

7. Apakah Anda merasa terlibat dalam komunitas yang dibangun oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Tidak merasa

8. Bagaimana penilaian Anda terhadap respons Pinrang Info terhadap komentar atau pertanyaan pengikut di Instagram?

Jawaban :

Cukup baik karena memang setau saya admin dari pinrang info sangat ramah dan cepat dalam bebragi informasi

9. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan oleh Pinrang Info di Instagram relevan dengan kebutuhan Anda?

Jawaban :

Sangat relevan karena memnag saya orangnya rajin membaca dan mengetahui kejadian baru

10. Pernahkah Anda membagikan konten dari Pinrang Info di Instagram ke akun Anda sendiri?

Jawaban :

Ya pernah

11. Bagaimana Anda menilai keaslian dan kredibilitas informasi yang dibagikan oleh Pinrang Info di Instagram?

Jawaban :

Cukup akurat dan faktual, karena memang saya orang pinrang asli yah dan senantiasa melihat kejadian sekitar jadi klu info di pinranginfo pasti bisa dipastikan

12. Pernahkah Anda merasa kecewa dengan konten atau interaksi yang terjadi di akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Tidak pernah

13. Bagaimana menurut Anda Pinrang Info dapat meningkatkan pengalaman Anda sebagai pengikut di Instagram?

Jawaban :

Belum ada sampai sekarang untuk peningkatan dalam diri saya

14. Apakah Anda memiliki saran atau masukan untuk perbaikan atau pengembangan akun Instagram Pinrang Info?

Jawaban :

Untuk saat ini belum ada saran atau masukan yang bisa saya berikan kepada pinrang info

15. Apakah menurut Anda akun Instagram Pinrang Info memiliki dampak positif pada komunitas atau masyarakat lokal?

Jawaban :

Sangat Berpengaruh dalam memberikan dampak positif terutama dalam memberikan informasi kepada masyarakat kota pinrang.

DATA INFORMAN

No	Nama	Pekerjaan/Jabatan	Alamat
1	Lutpia	Mahasiswa	Kota Pinrang
2	Nigo Agung Wicaksono	Konten Kreator	Jl. Soekawati
3	Nurhaliza	Frelencer	Jln. Lembu
4	Muh. Ilham. H	Mahasiswa	Jl. Panigoro Pinrang
5	Nurhayati	Wiraswasta	Jln. Andi pewalloi lama
6	Hernawati	Pegawai	Sukawati
7	Nurfadilla	Mahasiswa	Tosulo
8	Akma febriani	Mahasiswa	Jln. langnga
9	Muh, Syukur	Freelancer	Jln. Poros Pinrang
10	Andry Pratama	Barista	Jln. Jampu

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutpia
Alamat : Kota Pinrang
Pekerjaan : Mahasiswa

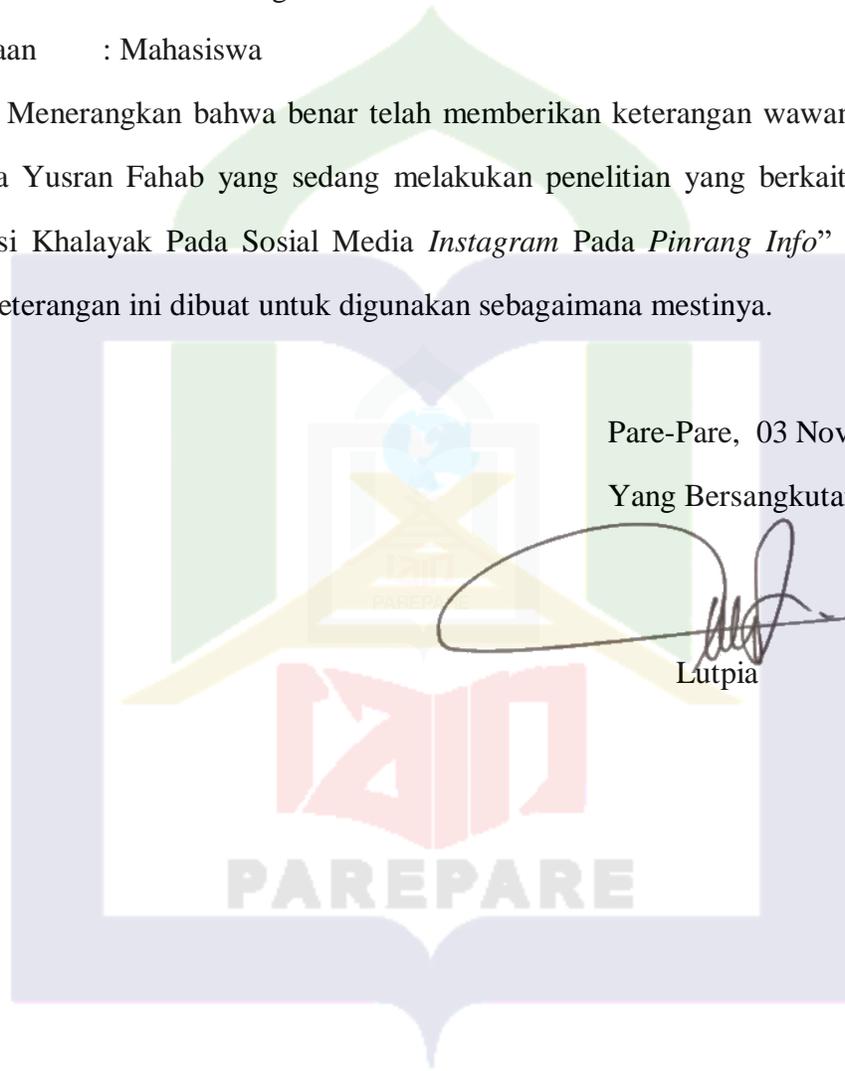
Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pare-Pare, 03 November 2023

Yang Bersangkutan,



Lutpia



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nigo Agung Wicaksono

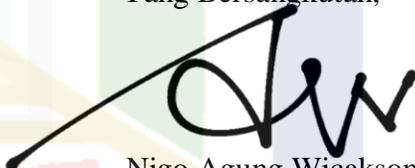
Alamat : Jl. Soekawati

Pekerjaan : Konten Kreator

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pare-Pare, 03 November 2023

Yang Bersangkutan,



Nigo Agung Wicaksono

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhaliza
Alamat : Jln. Lembu
Pekerjaan : Frelencer

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pare-Pare, 03 November 2023

Yang Bersangkutan,



Nurhaliza

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

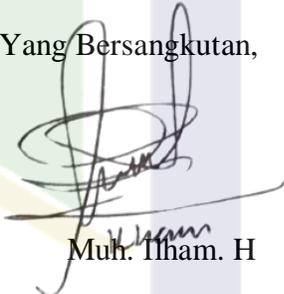
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh. Ilham. H
Alamat : Jl. Panigoro Pinrang
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pare-Pare, 03 November 2023

Yang Bersangkutan,



Muh. Ilham. H

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

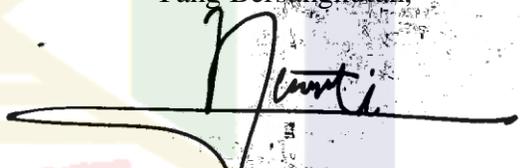
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhayati
Alamat : Jln. Andi pwalloi lama
Pekerjaan : Wiraswasta

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Januari 2024

Yang Bersangkutan,



Nurhayati

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hernawati

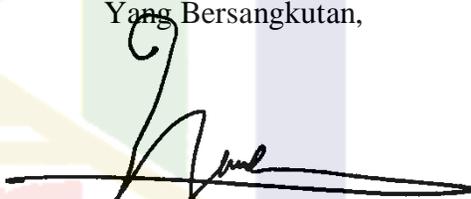
Alamat : Sukawati

Pekerjaan : Pegawai

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Januari 2024

Yang Bersangkutan,



Hernawati

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurfadilla
Alamat : Tosulo
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Januari 2024

Yang Bersangkutan,


Nurfadilla

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akma febriani

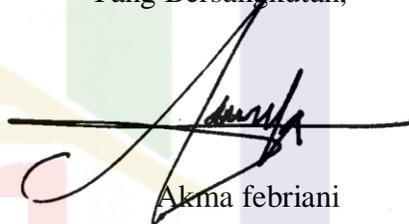
Alamat : Jln. langnga

Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Januari 2024

Yang Bersangkutan,



Akma febriani

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh, Syukur

Alamat : Jln. Poros Pinrang

Pekerjaan : Freelancer

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Januari 2024

Yang Bersangkutan,



Muh, Syukur

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andry Pratama

Alamat : Jln. Jampu

Pekerjaan : Barista

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Yusran Fahab yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan “Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media *Instagram* Pada *Pinrang Info*” Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 20 Januari 2024

Yang Bersangkutan,



Andry Pratama



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakil 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-243 /In.39/FUAD.03/PP.00.9/10/2023

19 Oktober 2023

Lamp : -

Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah Kabupaten Pinrang
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pinrang
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 : YUSRAN FAHAB
Tempat/Tgl. Lahir : Pinrang, 27 April 1999
NIM : 17.3600.021
Semester : XIII (Tiga Belas)
Alamat : BTN Tiga Berlian Blok J No. 7 Kab. Pinrang

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

INFORMASI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PADA PINRANG INFO

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan penelitian di wilayah Kab. Pinrang terhitung mulai bulan **Oktober 2023 s/d November 2023**.

Demikian harapan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr. Wb



Dekan,

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



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
Nomor : 503/0675/PENELITIAN/DPMPPTSP/11/2023

Tentang

REKOMENDASI PENELITIAN

- Menimbang** : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 02-11-2023 atas nama YUSRAN FAHAB, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.
- Mengingat** : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan** : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 1311/RT.Teknis/DPMPPTSP/11/2023, Tanggal : 03-11-2023
2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0680/BAP/PENELITIAN/DPMPPTSP/11/2023, Tanggal : 03-11-2023

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
KESATU : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :
1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG PAREPARE
 3. Nama Peneliti : YUSRAN FAHAB
 4. Judul Penelitian : INFORMASI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PADA PINRANG INFO
 5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
 6. Sasaran/target Penelitian : MASYARAKAT YANG MENGIKUTI AKUN IG PINRANG INFO
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Watang Sawitto
- KEDUA** : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 03-05-2024.
- KETIGA** : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 03 November 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.Si
NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **sertifikat elektronik** yang diterbitkan **BSrE**



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN WATANG SAWITTO

Jl. Jend. Sukawati No.44 Telp (0421) 921538 Pinrang 91212

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN
NOMOR : 241 /KWS/XI/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : RUHANA,S.AP
JABATAN : Kasubag Umum, Kepegawaian Dan Hukum

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : YUSRAN FAHAB
Tempat tanggal lahir : Pinrang/ 27 April 1999
Nim/nik : 17.3600.021
Fakultas/Program study : Ushuluddin Adab Dan Dakwa
Semester : XIII (Tiga Belas)
Alamat : BTN Tiga Berlian

Identitas di atas adalah benar telah melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul " **INFORMASI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PADA PINRANG INFO** ". dengan lama penelitian satu bulan sejak 10 Oktober sampai 10 November 2023

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan selanjutnya kami berikan untuk dipergunakan seperlunya.

Pinrang, 15 Nopember 2023

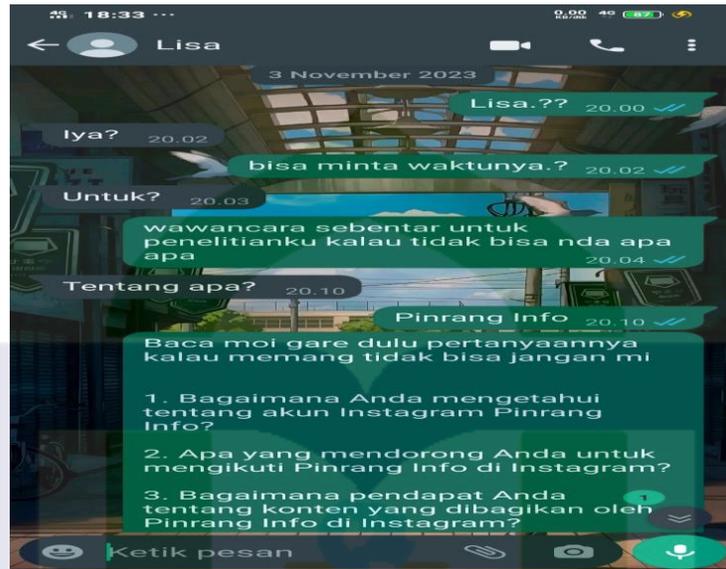
An CAMAT

Kasubag Umum,
Kepegawaian dan Hukum

RUHANA,S.AP

NIP: 19700620 200604 2 010

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Informan Nurlahiza



Wawancara dengan Nigo Agung Wicaksono



Wawancara dengan Lutpia (Masyarakat Pinrang)



Wawancara dengan Ilham (Masyarakat Pinrang)



Wawancara dengan Syukur (Masyarakat Pinrang)



Wawancara dengan Fadillah (Masyarakat Pinrang)



Wawancara dengan Andry Pratama (Masyarakat Pinrang)



Wawancara dengan Hernawati (Masyarakat Pinrang)



Wawancara dengan Andry Pratama (Masyarakat Pinrang)



Wawancara dengan Andry Pratama (Masyarakat Pinrang)



BIODATA PENULIS

Yusran Fahab, dilahirkan di Pinrang pada tanggal 27 April 1999 sebagai anak kedua dari dua bersaudara. Ayah penulis bernama Fajar dan Ibunya bernama Habiba. Penulis memulai pendidikan di SDN 16 Pinrang, Sulawesi Selatan. Setelah menyelesaikan pendidikan dasar pada tahun 2011, penulis melanjutkan ke SMPN 5 Pinrang hingga tahun 2014. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan ke SMKN 1 Pinrang dengan mengambil jurusan Multimedia dan berhasil lulus pada tahun 2017. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, mengambil program studi Jurnalistik Islam di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Selama perkuliahan, penulis aktif dalam mengembangkan bakat dalam *Editing* baik *Editing* Video maupun *Editing* Foto dan sering bekerjasama dengan beberapa dosen dari IAIN Parepare dalam mengerjakan beberapa project, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul "*Analisis Persepsi Khalayak Pada Sosial Media Instagram Pada Pinrang Info*".

● **16% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 15% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 9% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	repository.iainpare.ac.id Internet	7%
2	repository.upi.edu Internet	2%
3	repositori.uma.ac.id Internet	<1%
4	journal3.uin-alauddin.ac.id Internet	<1%
5	journal.untar.ac.id Internet	<1%
6	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	<1%
7	repository.unwira.ac.id Internet	<1%
8	repository.uin-suska.ac.id Internet	<1%