

**ANALISIS PENGGUNAAN IGTV SEBAGAI MEDIA INFORMASI  
(STUDI DESKRIPTIF MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI  
ANGKATAN 2019 UIN SUSKA RIAU)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Serjana Strata 1 (S1)

**OLEH: VIVI WULANDARI**

**NIM : 1154320368**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Vivi Wulandari  
 NIM : 11543205368  
 Judul : Analisis Penggunaan IGTV Sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 UIN SUSKA Riau)

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa  
 Tanggal : 19 Juli 2022

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Juli 2022



Dekan

**Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A**  
 NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

**Dr. Masduki, M.Ag**  
 NIP.19710612199803 1 003

Sekretaris/ Penguji II,

**Edison, S.Sos.M.L.kom**  
 NIK.130 417 082

Penguji III,

**Yantos, S.IP. M.Si**  
 NIP.19710122200701 1 016

Penguji IV,

**Usman, S.Sos.M.L.Kom**  
 NIK.130 417 119

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Analisis Penggunaan Igtv Sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Uin Suska Riau)**

Disusun Oleh:

**Vivi Wulandari**

**Nim. 11543205368**

Telah Disetujui Oleh Pembimbing Pada Tanggal 24 maret 2022

**Pembimbing**



**Rohayati, S.Sos, M.I.Kom**

**NIP. 198808012020122018**

**Mengetahui:**

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi**



**Dr, MUHAMMAD BADRI, M.SI.**

**NIP.198103132011011004**

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 13 April 2022

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
di-

Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Vivi Wulandari  
NIM : 11543205368  
Judul Skripsi : **Analisis Penggunaan Igtv Sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Uin Suska Riau)**

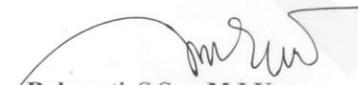
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui :  
Pembimbing,

  
Rohayati, S.Sos, M.I.Kom  
NIP./NIK. 198808012020122018

Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

**NAMA** : Vivi Wulandari  
**NIM** : 11543205368  
**JURUSAN** : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “*Analisis penggunaan IGTV sebagai sumber informasi (Studi Deskriptif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 UIN SUSKA Riau)*” adalah betul betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjuk dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Pekanbaru, Mei 2022  
 Yang membuat pernyataan



**Vivi Wulandari**  
**NIM. 11543205368**

UIN SUSKA RIAU



## ABSTRAK

**Nama** : Vivi Wulandari

**Jurusan** : Ilmu Komunikasi

**Judul** : Analisis Penggunaan Igtv Sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Uin Suska Riau)

Penelitian ini dilatar belakangi dengan kemajuan media sosial salah satunya yang tengah digandrungin dalam kehidupan masyarakat saat ini adalah instagram. Sehingga hal ini membuat pengguna dapat mengembangkan kreatifitasnya serta bebas memilih konten apa yang akan dibuat. Hal ini baru saja direalisasikan dengan fitur baru yang ada di instagram yaitu IGTV( *instagram television*). Dalam IGTV pengguna instagram juga dapat memperoleh informasi serta inspirasi yang ditampilkan oleh pngguna instagram lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan IGTV sebagai media informasi( studi deskriptif pada mahasiswa ilmu kounikasi UIN Suska Riau). Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif melalui teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan proses reduksi, penyajian data dan verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa IGTV sebagai media informasi karena saat ini masyarakat tidak terlepas dari benda yang bernama gadget, khususnya bagi mahasiwa UIN Suska Riau sebagai generasi milenial IGTV bukan hal yang baru bagi mereka, hal ini karena IGTV menjadi salah satu sumber informasi yang banysk diakses atau digunakan oleh pengguna sosial media. Tidak hanya itu informasi yang diberikan dalam IGTV sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pengguna dan diharapkan dapat meningkatkan kerativitas serta inovasi bagi para penggunanya.

**Kata Kunci:** Fitur IGTV, Media Informasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

**Name** : Vivi Wulandari

**Departmen** : Ilmu Komunikasi

**Title** : *Analysis of the Use of Igtv as an Information Media (Descriptive Study of Communication Studies Students Class of 2019 Uin Suska Riau)*

*This research is motivated by the advancement of social media, one of which is being loved in people's lives today is Instagram. So that this allows users to develop their creativity and are free to choose what content to create. This has just been realized with a new feature on Instagram, namely IGTV (Instagram television). In IGTV Instagram users can also get information and inspiration displayed by other Instagram users. The purpose of this study was to determine the use of IGTV as a medium of information (descriptive study on communication science students at UIN Suska Riau). This research method is descriptive qualitative through interview data collection techniques, observation and documentation. The data analysis technique uses the process of reduction, data presentation and verification. The results of this study indicate that IGTV as a medium of information because nowadays people cannot be separated from objects called gadgets, especially for UIN Suska Riau students as millennials IGTV is not new to them, this is because IGTV is one of the most accessible sources of information. or used by social media users. Not only that, the information provided in IGTV is in accordance with what is needed by users and is expected to increase creativity and innovation for its users.*

**Keywords:** *IGTV Features, Information Media*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbil‘alamin. Segala puji bagi ALLAH SWT, atas segala limpahan berupa rahmat, hidayah, inayah-nya, serta kesehatan kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat beserta salam penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliah kepada zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Skripsi dengan judul “ANALISIS PENGGUNAAN IGTV SEBAGAI MEDIA INFORMASI(DEKRIPTIF MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2019 UIN SUSKA RIAU) ” merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Teristimewa kepada orang tua penulis, yaitu Ayahanda Adisuyono dan Ibunda tercinta Aminah yang selalu setia mencurahkan kasih sayang, do‘a, motivasi, serta dukungannya baik secara moril dan materil. Terima kasih atas segala ayahanda dan ibunda berikan dan tidak bisa dilupakan dan tidak mungkin terbalas oleh penulis.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan dengan penuh hormat ucapan terima kasih kepada.

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Rohayati, M.I.Kom selaku pembimbing skripsi yang luar biasa dan sabar memberikan arahan, bimbingan, motivasi, dan meluangkan waktunya kepada Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih ibu
6. Bapak Drs. Azni, M.Ag selaku dosen Penasehat Akademik Penulis selama menyelesaikan pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  7. Bapak dan Ibu Penguji Sidang Skripsi yang telah memberi masukan kepada Skripsi penulis.
  8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi atas pendidikan pengajaran selama Penulis berada di kampus. Ilmu dari Bapak dan Ibu berikan akan menjadi sesuatu yang sangat bermanfaat bagi saya di masa sekarang dan masa depan.
  9. Seluruh Staff dan Pegawai Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu kelancaran proses administrasi bagi Penulis.
  10. Teman – teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2015 yang sama – sama telah berjuang dalam perkuliahan sampai memperoleh gelar, semoga sukses dan semangat buat kita semua.
  11. Teman – Teman KKN Desa Boncah Mahang, Kecamatan Bathin Solapan, Kabupaten Bengkalis. Terima kasih atas bantuan dan pengalaman berharga selama penulis berada di lokasi KKN.
  12. Kepala PT.LPP. Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia Sumatera Barat dan seluruh Crew yang telah memberikan ilmu dan pengalaman serta pelajaran selama pelajaran selama pelaksanaan kerja lapangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

13. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi dapat terselesaikan. Terakhir sebagai hamba yang memiliki keterbatasan, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan atau kesalahan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran pembaca bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 2022  
Penulis

**Vivi Wulandari**  
**NIM. 11543205368**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Masalah .....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR</b>	
A. Kajian Teori .....	7
B. Kajian Terdahulu .....	29
C. Kerangka pikir .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	33
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	33
C. Sumber Data Penelitian .....	33
D. Informan Penelitian .....	34
E. Teknik Pengumpulan Data .....	35
F. Validasi Data .....	36
G. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM</b>	
A. Sejarah Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi .....	39
B. VISI, Misi, Tujuan dan Jurusan Ilmu Komunikasi .....	42
C. Sasaran Ilmu Komunikasi .....	43
D. Kompetensi Konsentrasi Ilmu Komunikasi.....	43
E. Media, Kegiatan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.....	45
F. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi .....	46

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

G. Sejarah Instagram .....	47
1. IGTV.....	48
2. Tata Cara Mengupload Video Di IGTV .....	50

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	52
B. Pembahasan .....	64

**BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	68

**DAFTAR PUSAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Mahasiswa fakultas dan komunikasi .....	42
Tabel 4.2 Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi .....	46



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konten Video Komedi .....	24
Gambar 2.2 Video Tutorial Makeup .....	25
Gambar 2.3 Konten Video Pemandangan Alam Indah .....	25
Gambar 2.4 Konten Video Informasi berita .....	26
Gambar 2.5 Konten Video Bisnis atau Marketing .....	26
Gambar 4.1 Menu Login Instagram .....	50
Gambar 4.2 Mengupload Video .....	51
Gambar 4.3 Memposting Video .....	51

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar belakang masalah

Kehadiran media sosial pada saat ini meleburkan ruang privasi seseorang dengan publik. Salah satunya yang tengah digandrungin dalam kehidupan masyarakat saat ini adalah instagram. Instagram salah satu jejaring sosial yang terbesar saat ini dan juga aplikasi yang berbagi foto yang memungkinkan para penggunanya untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke akun pribadinya. Kata instagram sendiri berasal dari kata *inta*, yang berarti instan dan *gram* yang diambil dari kata *telegram*. Dalam instagram masyarakat yang selanjutnya disebut pengguna dapat dengan bebas mengekspresikan dan mengembangkan kreatifitasnya dalam membuat konten yang akan dipertontonkan kepada pengguna lainnya. Masyarakat atau pengguna tidak lagi dihadapkan dengan atura-aturan kaku seperti di televisi. Sehingga hal ini membuat pengguna dapat mengembangkan kreatifitasnya serta bebas memilih konten apa yang akan dibuat.

Kemunculan instagram telah mengalami banyak perubahan. Dari yang awalnya hanya platform untuk berbagi gambar dengan filter, instagram menjadi platform bagi pembuat video dengan fitur video 1 menit dan *instagram storie*. Kini, instagram sudah membuat TV untuk mobile. Instagram menjadi platform bagi para penggunanya untuk berbagi hasil karya mereka dengan 1 juta pengguna instagram lainnya. Pengguna instagram sekarang banyak yang berasal dari kalangan anak remaja sampai orang tua. Selain itu pengguna juga bisa share location guna memberi tahu kepada pengguna instagram yang melihat fotonya dimana lokasi foto itu diambil, dan sebagai respon atau umpan balik dari pengguna yang menjadi follower terhadap foto yang diunggah, pengguna instagram lainnya dapat memberikan komentar dan

memberi like kepada foto tersebut bahkan dengan stiker dari aplikasi instagram.

Melalui media sosial instagram masyarakat khususnya remaja tidak segan untuk mengunggah segala macam kegiatan, keluh kesah, foto pribadi dan video singkat untuk disampaikan kepada masyarakat luas melalui akun media sosial instagram dalam membentuk identitas mereka sendiri. Media sosial instagram sekarang ini dijadikan tempat mencurahkan isi hati ataupun masalah yang sedang dialami terutama bagi para remaja. Contohnya seperti kebanyakan remaja mencurhakan isi hatinya melalui instastory dengan visual lagu, video maupun dengan gambaran. Selain instastory mereka juga mencurahkan isi hati mereka didalam caption foto mereka.

Belakangan ini banyak orang menggunakan media internet terutama instagram untuk memperluas jaringan komunikasi dan juga untuk menginformasikan tentang kegiatan yang mereka abadikan. Banyak orang berlomba-lomba untuk memperbanyak postingan foto maupun video agar mendapatkan like dari para followernya, sehingga bisa dianggap sebagai salah seorang yang eksis didunia maya.

Seseorang yang biasa eksis di instagram biasa disebut selebgram. Selebgram biasa meraup keuntungan dari memposting suatu produk yang biasa di kenal endorsmen dikalangan pengguna instagram. Berbagai produk yang menjadi ladang bisnis juga dapat di perdagangkan di Instagram. Segala lini kehidupan saat ini ada didalam sebuah media sosial yang biasa di sebut instagram.

Hal ini baru saja direalisasikan dengan fitur baru yaitu IGTV (*instagram television*) yang dirilis tanggal 20 juni 2018 di san francisco, Amerika Serikat. IGTV (*instagram television*) adalah fitur instagram yang memperbolehkan penggunaanya mengupload video dengan durasi yang lebih panjang 10 menit. Video dalam IGTV (*instagram television*) akan memiliki format vertikal. Selain itu, IGTV (*instagram television*) juga akan menyebut

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akun penggunaanya sebagai channel yang akan dihubungkan langsung dengan profil instagram.

Dalam IGTV pengguna instagram juga dapat memperoleh informasi serta inspirasi yang ditampilkan oleh pengguna instagram lainnya. Informasi dan inspirasi yang didapatkan di dalam IGTV dapat di terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam IGTV yang berdurasi cukup panjang, pengguna biasa dapat memposting berbagai hal seperti tutorial memasak, fashion, make up, tips and trik yang dapat di terapkan di kehidupan sehari-hari. Tak hanya itu berbagai hiburan pun dapat ditampilkan di dalam IGTV seperti; video, cover lagu, kehidupan artis, olahraga, dance dan lain sebagainya, seperti halnya konten yang ditayangkan di televisi pada umumnya.

Dari segala macam yang ditawarkan didalam instagram, pengguna dapat memperoleh informasi atau akan terinspirasi dalam setiap hal yang ditawarkan dan ditayangkan didalam instagram. Dalam penelitian ini penulis akan memberikan informasi, menambah ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi massa khususnya tentang IGTV (*instagram television*) dan mencari tahu motif serta persepsi mahasiswa sebagai pengguna instagram. Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penggunaan IG TV sebagai media informasi (Studi deskriptif pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2019 UIN Suska Riau)**”

## B. Penegasan Istilah

Untuk lebih memahami penelitian ini maka peneliti perlu menjelaskan beberapa istilah agar tidak terjadi kesalahpahaman

### 1. Analisis

Analisis adalah aktivitas yang terdiri dari serangkaian kegiatan, seperti mengurai, membedah, memilah sesuatu. Analisis sebagai usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentukannya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. IGTV (*instagram television*)  
IGTV (*instagram television*) adalah fitur instagram yang memperbolehkan penggunanya mengupload video dengan durasi yang lebih panjang 10 menit.
3. Instagram  
Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang terbesar saat ini dan juga merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan para penggunanya untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke akun pribadinya
4. Media informasi  
Media informasi adalah sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi.<sup>1</sup>

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis penggunaan IGTV sebagai media informasi (studi deskriptif pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Suska Riau)

### D. Tujuan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian di atas, secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis penggunaan IGTV sebagai media informasi (studi deskriptif pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau).

### E. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis
  - a. Untuk ilmu pengetahuan, merupakan memberikan sumbangan dalam bidang ilmu komunikasi mengenai analisis penggunaan IGTV sebagai

---

<sup>1</sup> Nurudin, *Ilmu Komunikasi Dan Populer*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016). Hlm 48

media informasi (studi deskriptif pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

- b. Penelitian ini berguna untuk memperluas wawasan peneliti dan Mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau
- c. Untuk menambah dan meningkatkan pengetahuan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi mengenai fitur IGTV (*intstagram television*) di instagram.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai penilaian mahasiswa komunikasi terhadap fitur IGTV di Instagram
- b. Diharapkan juga dapat memperluas wawasan mengenai persepsi mahasiswa komunikasi terhadap fitur IGTV di Instagram.

#### F. Sistematikan Penulisan

Untuk memberikan gambaran singkat dari keseluruhan penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini terdiri dari enam sub bab antara lain Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan diakhiri dengan Sistematika Penulisan

##### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Pada bab ini menguraikan penjelasan yang berisi kajian teori, kajian terdahulu, kerangka pikir

##### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini yang menguraikan jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data/ informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, teknik analisis data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum mengenai subjek penelitian

**BAB V : LAPORAN PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan

**BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dan saran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Teori

##### 1. Komunikasi

Secara etimologi, istilah komunikasi berasal dari kata latin *communication* dan juga berasal dari kata lain yaitu *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, disini maksudnya adalah sama dalam pemaknaannya. Jadi suatu komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

Komunikasi merupakan proses dimana seorang individu berusaha untuk memperoleh pengertian yang sama melalui pengiriman pesan , simbolik komunikasi menekankan pada tiga hal penting yaitu pertama, komunikasi melibatkan individu dan oleh karenanya pemahaman komunikasi mencakup upaya memahami bagaimana individu berhubungan dengan individu lain. Kedua, komunikasi melibatkan pengertian yang sama, artinya agar dua individu atau lebih dapat berkomunikasi, mereka harus sepakat mengenai definisi dari istilah yang digunakan sebagai alat komunikasi. Ketiga, komunikasi bersifat simbolik, yaitu gerak isyarat, bunyi, huruf, angka, dan kata-kata hanya dapat mewakili atau mengira-ngirakan gagasan yang hendak dikomunikasikan.<sup>2</sup>

##### a. Unsur Komunikasi

Menurut cangara dalam bukunya pengantar ilmu komunikasi unsur-unsur komunikasi adalah:<sup>3</sup>

- 1) Sumber semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi.

<sup>2</sup> Onong Uchjana Effendy, M.A *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (PT Remaja Rosdakarya, 1984). hlm 45

<sup>3</sup> Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada). hlm

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Pesan. Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda.
- 3) Media. Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Contoh media dalam komunikasi antarpribadi ialah pancaindra, telepon, surat, dan telegram.
- 4) Penerima. Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan khalayak, sasaran, komunikan.
- 5) Pengaruh. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.
- 6) Tanggapan balik ialah informasi yang tersedia bagi sumber yang memungkinkannya menilai keefektifan komunikasi yang diakukannya.
- 7) Lingkungan atau situasi adalah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa unsur komunikasi adalah hal mendasar yang harus ada dalam sebuah komunikasi karena setiap unsur tersebut adalah bagian-bagian yang saling mendukung guna berlangsungnya suatu komunikasi yang efektif.

**b. Tujuan Komunikasi**

Komunikasi mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut:<sup>4</sup>

- 1) Supaya yang kita sampaikan dapat mengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan

---

<sup>4</sup> A. W. Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT. Bumi Asksara, 1993). hlm 66-67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengetahui apa yang kita maksud

- 2) Memahami orang lain. Kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.
- 3) Supaya gagasan dapat diterima orang lain.
- 4) Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan

**c. Komunikasi Massa**

Istilah komunikasi massa yang muncul pertama kali pada akhir tahun 1930-an memiliki banyak pengertian sehingga sulit bagi para ahli untuk secara sederhana mendefinisikan komunikasi massa. Istilah massa menggambarkan sesuatu (orang atau barang) dalam jumlah besar, sementara komunikasi mengacu pada pemberian dan penerimaan arti, pengiriman dan penerimaan pesan.<sup>5</sup>

Jadi yang dimaksud komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan. Pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton televisi dan film tidak tampak oleh komunikator, jelas bahwa komunikasi massa bersifat satu arah (*one way traffic*). Begitu pesan disebarkan oleh komunikator, tidak diketahui apakah itu diterima, dimengerti atau dilakukan oleh komunikan.

Oleh sebab itu komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara yakni komunikasi oleh media dan komunikasi untuk massa. Namun ini tidak berarti komunikasi massa adalah komunikasi untuk setiap orang. Dan menurut Michael W Gamble dan Teri Kwal Gamble (1986), sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa sebagai berikut:<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Morissan, M. A. *Teori Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2010). hlm 7-8

<sup>6</sup> Nurudin. *Komunikasi Massa*. (Malang: Cespur. 2004). hlm 7



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar.
- 2) Komunikator dalam komunikasi massa dalam penyebaran pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain.
- 3) Pesan yang disampaikan bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang. Oleh karena itu pesan yang disampaikan diartikan milik publik.
- 4) Sebagai sumber komunikator, masa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan.
- 5) Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (pentapis informasi) artinya pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan dalam media massa.
- 6) Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung.

Dari definisi di atas komunikasi massa pastilah memiliki kaitan dengan media massa. Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak dan cepat kepada audience yang luas dan heterogen.

#### d. Karakteristik komunikasi massa

Karakteristik terpenting dalam komunikasi massa adalah yang pertama sifatnya yang satu arah. Memang ada televisi atau radio yang mengadakan dialog interaktif yang melibatkan khalayak secara langsung, namun itu hanya untuk keperluan terbatas. Kedua, selalu ada proses seleksi, Misalnya setiap media memilih khalayaknya.

Ketiga, karena media mampu menjangkau khalayak secara luas, jumlah media yang diperlukan sebenarnya tidak terlalu banyak sehingga kompetisinya selalu berlangsung ketat. Keempat, untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meraih khalayak sebanyak mungkin harus berusaha membidik sasaran tertentu. Sebagai contoh, editor koran selalu mengingatkan reporternya untuk mencari berita yang menarik minat orang-orang yang akan menyampaikan kepada orang lain. Kelima, komunikasi dilakukan oleh institusi sosial yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya.<sup>7</sup>

**e. Fungsi komunikasi massa**

Komunikasi massa mempunyai fungsi bagi masyarakat. Adapun fungsi komunikasi massa menurut dominick yang dikutip dalam bukunya komunikasi massa adalah sebagai berikut:<sup>8</sup>

- 1) Fungsi pengawasan adalah menyampaikan atau menyebarkan informasi yang mempunyai kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Penafsiran Media massa tidak hanya menyajikan fakta atau data, tetapi juga informasi beserta penafsiran mengenai suatu peristiwa tertentu. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpribadi atau antarkelompok.
- 3) Pertalian Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
- 4) Penyebaran nilai-nilai Fungsi ini juga disebut sosialisasi. Sosialisasi mengacu kepada cara dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok.
- 5) Fungsi hiburan dari komunikasi massa tidak lain tujuannya untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan melihat berita-berita ringan atau melihat tayangan-tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

<sup>7</sup> Haris Munandar & Dudy Priatna. *Media Massa & Masyarakat Modern*, (Jakarta: Kencana, 2003). hlm 374

<sup>8</sup> Elvinaro Ardianto. Et. Al, *Komunikasi Massa*. (Bandung: Refika Offset. 2007). hlm 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Media Massa

Media massa merupakan sasaran atau saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. Sarana komunikasi itu bisa berupa surat kabar, majalah, buku, radio, dan juga televisi.

Bentuk media massa terdiri atas dua, yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak adalah media massa yang menggunakan alat percetakan sebagai mediumnya, misalnya buku, majalah, surat kabar, brosur, dan lain-lain yang sejenisnya. Sedangkan media massa elektronik adalah media massa yang mempergunakan alat elektronik sebagai mediumnya, misalnya radio, televisi, film, telepon, dan lain sebagainya.

Fungsi dan Peran media Massa dalam sebuah proses komunikasi adalah media massa hanya berjalan satu arah saja (*one way communication*), artinya penerima pesan (komunikasi) tidak dapat berhubungan langsung dengan pengirim pesan (komunikator). Menurut pakar komunikasi Dr. Harold Laswell sebagaimana dikutip oleh Darwanto Sastro Subroto, media massa mempunyai 3 fungsi:<sup>9</sup>

- a. *The Surveillance of the environment*, artinya bahwa media massa bertindak sebagai pengamat lingkungan dan selalu akan memberikan informasi atas hal-hal yang tidak akan terjangkau oleh khalayaknya.
- b. *The correlation of the parts of society in responding to the environment*, artinya media massa lebih menekankan pada pemilihan, penilaian, penafsiran tentang apa yang patut disampaikan pada khalayak.
- c. *The transmission of the social heritage from generation to generation*, artinya media massa berfungsi sebagai jembatan tata nilai dan budaya dari generasi ke generasi berikutnya atau dengan kata lain media massa berfungsi sebagai media pendidikan.

<sup>9</sup> Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press 1994). Hlm 23-25

Jadi, dapat disimpulkan bahwa fungsi media massa adalah sebagai media penerangan, sebagai media pendidikan, sebagai media hiburan, dan sebagai media promosi.

Media massa sebagai informasi salah satunya ialah memberi informasi (*to inform*). Dalam hal ini, media sebagai komponen komunikasi yaitu menjadi perantara dari komunikator menuju komunikan. Maka media informasi yaitu sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Media informasi sebagai alat yang menyampaikan dengan baik pada target sasaran sehingga dapat bermanfaat bagi pembuat dan penerima informasi.

Untuk memperjelas mengenai informasi, dalam mengelompokkan berbagai pandangan mengenai konsep informasi kedalam tiga buah variasi yaitu:<sup>10</sup>

- a. Penggunaan istilah informasi untuk menunjukkan fakta atau data yang dapat diperoleh selama tindakan komunikasi berlangsung.
- b. Penggunaan informasi untuk menunjukkan makna data. Informasi berbeda dari data. Informasi adalah arti, maksud dan makna yang dikandung data.
- c. Istilah informasi menurut teori informasi, yang menganggap informasi sebagai sejumlah alternatif pilihan yang tersedia. Informasi berkaitan erat dengan situasi yang tidak pasti.

Informasi juga dapat diartikan segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian mengurangi jumlah kemungkinan dalam situasi. Informasi bersumber dari manusia baik dalam bentuk ide, gagasan, opini/pendapat yang berupa sikap, pendapat, keyakinan serta tingkah laku seseorang. Dengan informasi manusia memiliki nilai lebih yaitu dapat mengetahui apa

<sup>10</sup> Djuarsa, S. Sendjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007). hlm 3-4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang telah dan sedang dan akan terjadi disekitar lingkungan kehidupannya.<sup>11</sup>

Ada beberapa indikator pemilihan informasi oleh pengguna media.

Beberapa indikator yang menjadikan seseorang memilih media yaitu:

- a. Nilai adalah hal-hal yang menjadikan patokan baik atau buruk seseorang dalam memandang sesuatu. Nilai merupakan pengertian-pengertian yang dihayati seseorang mengenai apa yang lebih penting atau kurang penting, apa yang lebih baik atau kurang baik, dan apa yang lebih benar atau kurang benar.
- b. Faktualitas yakni adanya fakta-fakta benar terjadi, bukan fiksi. Informasi yang aktual dan bersifat fakta muncul dari kejadian nyata, pendapat, dan pernyataan.
- c. Ketepatan informasi mengacu pada kemampuan untuk memberikan estimasi yang akurat dan memiliki tingkat kesesuaian dengan penerima. Jika dilihat dari segi waktu, ketepatan juga berarti informasi yang sampai kepada penerima tidak boleh terlambat.
- d. Kebenaran Informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan harus memiliki kebenaran. Artinya informasi harus bebas dari kesalahan dan tidak menyesatkan bagi orang yang menerima informasi tersebut.

### 3. *New Media* (media baru)

Tidak dipungkiri lagi bahwa pergerakan yang cukup cepat pada perkembangan sosial dan budaya direspon juga produksi media. Pengeseran dari mesin analog ke mesin digital juga sebagai penanda bahwa era komunikasi baru telah tiba. Media baru atau *new media* adalah sebuah media yang berbasis internet dengan berorientasi kepada penggunaan komputer dan handphone ataupun smartphone. Komunikasi satelit serta pemanfaatan komputer merupakan pemicu lahirnya *new media*.

<sup>11</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung:PT Remaja Rosdakrya, 2012).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media baru ini merupakan bentuk dari new media communication. Dimana proses interaksi antar pribadi dilakukan melalui perantara jaringan internet. Berbeda dengan interaksi antarpribadi secara langsung dimana diperlukan kedekatan fisik antara pelaku komunikasi. Bentangan jarak yang memisahkan antara komunikan dan komunikator dapat diatasi dengan hadirnya *new media communication*. Penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan bisa dilakukan dengan cepat serta memiliki jangkauan yang cukup luas mengingat hadirnya *new media communication* dapat menembus hambatan pada komunikasi antarpribadi pada umumnya yang memerlukan kedekatan fisik.

New media juga disebut juga dengan new media digital. Media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel ptic broadband, satelit dan gelombang mikro tak ubahnya dengan media sebelumnya, kemunculan internet dilatar belakang oleh perkembangan interaksi manusia yang semakin kompleks. Adapun ciri internet sebagai media adalah sebagai berikut:

- a) Teknologi berbasis komputer
- b) Karakteristiknya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel
- c) Potensi interaktif
- d) Fungsi publik dan privat
- e) Peraturan yang tidak ketat
- f) Saling terhubung
- g) Ada dimana-mana/ tidak tergantung lokasi
- h) Dapat diakses individu sebagai komunikator
- i) Media komunikasi massa dan pribadi.

Pada zaman media baru, manusia menggunakan media sebagai macam ritual bersama yang membuat kita merasa bagian dari sesuatu yang lebih besar dari kita. Proses interaksi yang terjadi pada media baru lebih interaksi dan menciptakan konsep pemahaman baru tentang komunikasi personal. Beriringan dengan penemuan *world wide web* merupakan sistem jaringan

lebar(*network-wide*) proses interaksi dan proses komunikasi pada era baru mengalami perubahan.

Salah satu yang lahir dari penggunaan internet sebagai media interaksi adalah media sosial. Melalui media sosial, segala bentuk penyampaian pesan, pertukaran informasi dan interaksi sosial bisa diwujudkan melalui konten visual, audio dan audiovisual. Media sosial merupakan sebuah fitur berbasis website yang dapat berbentuk sebuah jaringan serta memungkinkan untuk setiap orang berinteraksi dalam sebuah kelompok ataupun komunitas. Orang yang hidup dalam infomation society tidak hanya bertemu dan menggunakan teknologi-teknologi informasi dan komunikasi, melainkan cara tindakan mereka bingkai oleh teknologi tersebut.

Mengidentifikasilima kategori utama media baru yang sama-sama memiliki kesamaan saluran tertentu dan kuranglebih dibedakan berdasarakan jenis-jenis penggunaan, konten, dan konteks seperti berikut ini:

- 1) Media komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication media*). Meliputi teleponyang semakin mobile dan surat elektronik terutama untuk pekerjaan, tetapi semakin personal.
- 2) Media permainan interaktif ( *interative play media*). Media ini terutama berbasis komputer dan video game, ditambah peralatan realtas virtual.
- 3) Media pencarian informasi ( *information search media*). Ini adalah kategori yang luas, tetapi internet/ www merupakan contoh yang paling penting, dianggap sebagai perpustakaan.
- 4) Media partisipasi kolektif ( *collective participatory media*). Kategorinya khususnya meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan, dan pengalaman serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif.
- 5) Subtisi media penyiaran ( *substitution of broadcasting media*). Acuan utamanya adalah penggunaan media untuk menerima ataudisebarkan dengan metode lain yang serupa.

Jelas media baru (*new media*) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan terupdate informasinya. Hal ini dikarenakan pesan yang disampaikan kepada khalayak luas melalui media online/ media baru.

#### 4. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan vital. Pendapat lain mengatakan media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman yang mereka kenal didunia nyata dan dunia maya.

##### a. Klasifikasi Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media berbasis kecanggihan teknologi yang diklasifikasikan dari berbagai bentuk, seperti majalah, forum internet, *weblog*, *blog* sosial, *microblogging*, wiki, foto atau gambar, video, peringkat dan *bookmark* sosial. Dengan menerapkan satu set teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentasi*, *self-disclosure*). Klasifikasi media sosial dibagi menjadi 6 bagian yaitu:<sup>12</sup>

- a) Proyek kolaborasi, Proyek kolaborasi merupakan bentuk demokrasi dari media sosial dimana banyak pengguna internet dapat berkolaborasi untuk menambahkan mengubah, ataupun menghapus informasi dalam wiki. Contoh dari proyek kolaborasi adalah wikipedia.
- b) Blog (*blogs*), Blog merupakan salah satu bentuk media sosial terlama yang memperbolehkan penggunanya menulis entri baru berdasarkan urutan waktu penulisan. Blog telah digunakan oleh banyak orang dan memiliki fungsi yang beragam untuk masyarakat. Dari sekedar media untuk menyalurkan pengalaman sehari-hari atau sering juga

<sup>12</sup>Kaplan Andreas M.; Michael Haenlein (2010) "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". Business Horizons. hlm 59–68

disebut sebagai *diary* sampai sebahai media berbagi informasi dan bahkan sebagai media jual beli. Contoh blog salah satunya adalah *wordpress*

- c) Konten komunitas, Konten komunitas adalah media sosial yang tujuan utamanya untuk menampung konten dari pengguna dan membaginya ke pengguna lainnya. Contoh dari media ini adalah *youtube* untuk berbagi video, *slideshare* untuk berbagi file presentasi, *flickr* untuk berbagi file gambar, dan lain sebagainya.
- d) Dunia game virtual (*virtual game worlds*) Dunia game virtual tentu berkaitan dengan game online dimana pemain memiliki profil dan karakter sendiri di dunia game tersebut. Contoh dari dunia game virtual adalah game online seperti *world of warcraft* *watch dogs*, dan *need for speed*.
- e) Dunia sosial virtual (*virtual social worlds*) Dunia sosial virtual hampir sama dengan dunia game virtual hanya saja dengan tujuan murni untuk membangun “kehidupan” lain di luar kehidupan nyata, dengan aspek yang sama seperti dunia nyata hanya saja pengguna dapat berperan sebagai orang lain. Contoh dari dunia sosial virtual *second life*.
- f) Situs jejaring sosial (*social networking sites*) Situs jejaring sosial adalah tempat dimana setiap pengguna memiliki profil yang berisi informasi pribadi (seperti tanggal lahir, alamat, jenis kelamin) dan dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya melalui profil tersebut. Contoh dari media sosial ini adalah *facebook*. Dari keenam bagian ini *instagram* termasuk dalam jenis situs jejaring sosial.

#### **b. Karakteristik Media Sosial**

Media sosial berbeda dengan media massa dan jejaring sosial, meski karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*)

#### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

karena media sosial pada dasarnya merupakan salah satu platform media siber. Media sosial memiliki 6 karakteristik yaitu:<sup>13</sup>

- a) Jaringan (*network*), Infrastruktur yang menghubungkan antar perangkat keras untuk melakukan pertukaran informasi
- b) Informasi (*information*), Informasi merupakan bentuk utama dari media sosial karena untuk melakukan komunikasi yang membutuhkan informasi. Contohnya seperti konten dari pengguna, profil yang dituju, dan lain sebagainya.
- c) Arsip (*archive*), Media sosial dapat menjadi media penyimpanan data yang berisi informasi dari penggunanya.
- d) Interaktivitas (*interactivity*), Media sosial harus memiliki interaktivitas atau interaksi antar pengguna.
- e) Konten pengguna, Konten dalam media sosial dapat dibuat oleh para penggunanya, tidak hanya konten yang sudah ada sebelumnya.

**c. Ciri-ciri media sosial**

Dari berbagai jenis media sosial maka menyebutkan ciri-ciri media sosial sebagai berikut:<sup>14</sup>

- a) Content yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu
- b) Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat
- c) Isi disampaikan secara online dan langsung.
- d) Content dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
- e) Media sosial menjadikan penggunanya sebagai creator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.

<sup>13</sup> Nasrullah Rulli, Media Sosial: *Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015). Hlm 48

<sup>14</sup> *Ibid.* Hlm 49

- f) Dalam content media sosial sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (*interaksi*), berbagi (*sharing*), kehadiran (*eksis*), hubungan (*relasi*), reputasi (*status*) dan kelompok (*group*).

#### d. Peran media sosial

Peran media sosial dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern telah memainkan peranan yang begitu penting. Ada enam perspektif dalam hal melihat peran media yaitu:<sup>15</sup>

- a) Melihat media sosial sebagai window on event and experience. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan masyarakat melihat apa yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.
- b) Media juga dianggap sebagai a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola media sering merasa tidak bersalah jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik.
- c) Memandang media sosial sebagai filter, atau gatekeeper yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak.
- d) Media sosial seringkali pula dipandang sebagai guide, penunjuk jalan atau interpreter, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.
- e) Melihat media sosial sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada masyarakat, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.
- f) Media sosial sebagai interlocutor, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Berdasarkan ke enam peran media sosial disimpulkan peran media massa dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana diversion, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan,

---

<sup>15</sup> *Ibid.* Hlm 50

mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Isi media sosial merupakan konsumsi otak bagi masyarakatnya, sehingga apa yang ada di media sosial akan mempengaruhi realitas subjektif pelaku interaksi sosial.

Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh isi media sosial inilah yang nantinya mendasari respon dan sikap masyarakat terhadap berbagai objek sosial. Informasi yang salah dari media sosial akan memunculkan gambaran yang salah pula terhadap objek sosial itu. Oleh sebab itu media sosial dituntut menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas. Kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis dan moral penyajian media sosial.

## 5. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “inta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto instan.

Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan. Sedangkan untuk kata gram berasal dari kata telegram dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram berasal dari instan-telegram.<sup>16</sup>

### a. Fitur yang terdapat pada instagram

Instagram dapat mengambil, mengelola mengedit, memberi efek filter dan membagikan foto dan video tersebut kesemua orang yang mengikuti akunnya di instagram. Instagram juga dapat digunakan untuk mengunggah video dan membuat story yang

<sup>16</sup> Bambang Dwi Atmoto, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Mediakita, 2012). hlm 28

menunjukkan rekaman dari kamera ponsel pengguna dan mengunggahnya ke akun pengguna dan dapat dilihat oleh pengikutnya dalam batas waktu 24 jam dari pengunggahan story tersebut.

1. Hastag merupakan fitur ataupun konten dari instagram yang memudahkan untuk membutuhkan topik tertentu. Fitur ini penting karena sangat memudahkan untuk menemukan foto ataupun video termasuk tentang keislaman yang tersebar di instagram dengan label tersebut.
2. Mentions merupakan fitur ataupun konten dari intagram yang memudahkan untuk memanggil dan menyapa pengguna lain untuk memberikan informasi tertentu baik dari akun kita maupun dari akun lain.
3. Follow merupakan fitur ataupun konten yang penting dari instagram, karena instagram adalah salah satu media komunikasi , dikatakan komunikasi jika ada interaksi antar pengguna lain di instagram, untuk mendapatkan teman atau pengguna lain tersebut menggunakan follow.
4. Like& komentar merupakan fitur ataupun konten dari instagram yang dari sini kita dapat mengetahui seberapa besar kualitas foto ataupun video yang kita bagikan tidak hanya dilihat dari kualias gambarnya namun juga makna ataupun penjelasan dari gambar trsebut yang dituangkan dalam caption.

#### 1. Fitur IGTV

IGTV hanya bisa dilihat oleh pengguna instagram yang memang berniat untuk menonton IGTV atau yang tidak sengaja menemukan sebuah video di fitur explore, yang ternyata merupakan konten IGTV. Fitur IGTV ini tentu dikembangkan untuk menyaingi youtube tapi dalam format video vertikal. Dengan munculnya layanan ini, tentu pembuat konten juga bisa mendapatkan penghasilan dari IGTV, yakni dengan opsi tautan yang ada pada layanan IGTV untk menyalurkan konten ke situs web atau halaman profil mereka sendiri.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kehadiran IGTV cukup booming di awal kemunculannya, namun hingga kini belum begitu banyak pengguna instagram yang secara rutin menggunakannya. Kehadiran IGTV dimaksudkan supaya pengguna instagram bisa lebih leluasa membuat konten video dengan durasi yang lebih panjang hingga 10 menit. Kelebihan dan kekurangan fitur IGTV pada aplikasi instagram menurut ceo instagram kevin systrom sebagai berikut:

- a. Kelebihan IGTV Memudahkan dalam memberikan informasi. Pada IGTV mendapatkan ruang yang lebih luas untuk mendapatkan informasi dengan begitu jelas dan mudah ditonton, Mengupload video dalam durasi lebih dari 1 menit. Video yang di upload di IGTV mempunyai kelebihan durasi dibandingkan dengan fitur instagram lainnya., biasanya berdurasi 10 menit sampai 1 jam, Dapat mengupload video yang sudah diedit terlebih dahulu.
- b. Kekurangan IGTV tidak bisa menampilkan video live seperti fitur instagram live, Kesulitan dalam mengatur group shot IGTV sulit untuk mengatur group shot karena fotmat video yang vertikal sehingga kesulitan dalam memposisikan framing group shot atau objek dalam video. Sehingga untuk membuat video dengan posisi jauh antara kamera dengan objek agar dapat fram yang maksimal berbeda dan dengan video horizontal.

## 2. Tipe Konten Video di IGTV

Fitur IGTV sudah diluncurkan Instagram sejak Juni lalu. Ini merupakan sebuah fitur yang memberikan cara baru bagi satu miliar pengguna aktif bulanan Instagram dalam mengekspresikan diri dan menemukan minat mereka. Fitur IGTV ini diluncurkan guna menjawab pertumbuhan tren menonton video secara vertikal yang tengah menjamur di tengah masyarakat.

Dalam kurun waktu dua bulan setelah peluncurannya, IGTV berhasil memikat hati para kreator konten dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk semakin mengembangkan kreatifitasnya. Dari beberapa konten yang di-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*post* di IGTV, Instagram menemukan beberapa tipe konten yang paling menarik perhatian pengguna sebagai berikut:<sup>17</sup>

- 1) Konten hiburan. Instagram terus mengembangkan *platform*-nya sebagai sarana yang aman bagi para pengguna untuk menemukan minat mereka. Hiburan menjadi salah satu bentuk konten paling diminati, baik di *Feed* maupun IGTV. Mulai dari konten komik, komedi, hingga musik, Instagram memungkinkan pengguna untuk mencari sumber inspirasi dan melepas *stress* sejenak di tengah padatnya aktifitas sehari-hari. Salah satu contoh konten video hiburan komedi seperti berikut:

Gambar 2.1 Konten Video Komedi



- 2) Tips & trick. Sebagai *platform* yang menyatukan minat komunitas, Instagram juga memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri dan saling berbagi inspirasi dengan mereka yang memiliki minat yang sama dalam *platform*. IGTV kini memungkinkan pengguna untuk membagikan ide dan inspirasi dalam durasi yang lebih panjang, seperti resep memasak, gaya padu padan, hingga *make up tutorial*. Contoh konten video tips & trick salah satunya tutorial make up:

<sup>17</sup> <https://www.marketeers.com/lima-konten-igtv-favorit-bagi-penonton-indonesia/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

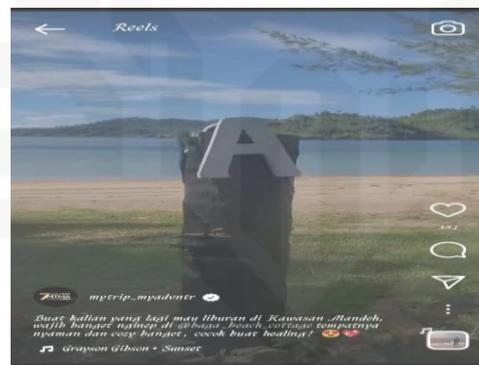
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.2 Video Tutorial Makeup



- 3) Gaya hidup. Tipe konten IGTV lainnya yang juga tidak kalah menarik adalah konten-konten gaya hidup (*lifestyle*). Beberapa kreator konten telah memanfaatkan IGTV untuk berbagi video singkat yang menceritakan pengalaman perjalanan dengan menampilkan pemandangan alam indah dan rekomendasi tempat-tempat nongkrong hits untuk para pengikutnya. Contoh konten video gaya hidup

Gambar 2.3 Konten Video Pemandangan Alam

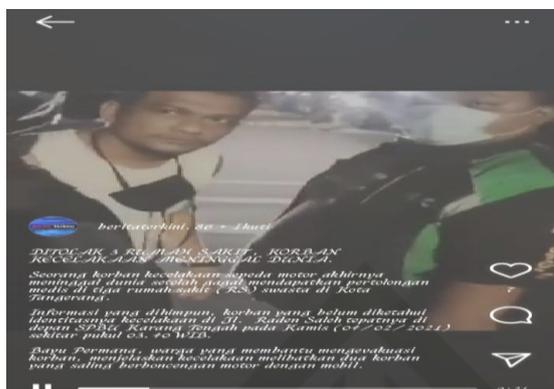


- 4) Informasi terkini. Pengguna kini juga dapat mendapatkan informasi terkini yang akurat dari akun IGTV resmi beberapa media. Sembari mengeksplor minat dan mencari inspirasi, para pengguna juga dapat tetap *update* dengan konten-konten berita dari akun Instagram resmi media. Contoh konten video informasi terkini seperti dibawah ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.4 Konten Video Informasi berita



- 5) Bisnis. Terakhir adalah konten IGTV dari bisnis. IGTV memberikan ruang yang lebih besar bagi bisnis untuk menjangkau konsumen. Hal menariknya, konten bisnis yang sukses menarik perhatian pengguna cenderung membagikan cerita dan *value* di balik *brand* mereka. Contoh konten video bisnis.

Gambar 2.5 Konten Video Bisnis atau Marketing



6. Uses and Gratification Theory

Pendekatan uses and gratifications mulai digunakan oleh para peneliti media pada awal 1940'an walaupun istilah uses and gratifications sendiri belum digunakan saat itu. Herta Herzog (1944) yang memulai kajiannya mengenai uses and gratifications dengan melakukan klasifikasi beberapa alasan mengapa masyarakat memilih media yang khusus. Ia melakukan wawancara terhadap penggemar opera sabun dan mengidentifikasi tiga macam gratifikasi, yaitu emosi,

pembelajaran, dan wishful thinking. Pendekatan use and gratifications pertama kalinya dijabarkan yaitu tahun 1959 untuk menjawab pertanyaan “apa yang dilakukan media terhadap orang banyak?”<sup>18</sup>

Masyarakat memiliki peran aktif dalam melakukan interpretasi dan mengintegrasikan media ke dalam kehidupannya. Pada uses and gratifications, masyarakat bertanggung jawab terhadap pemilihan media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori uses and gratification ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi di dalam melihat media. Artinya, manusia itu punya otonomi, wewenang untuk memperlakukan media.

Blumer dan Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi masyarakat untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan masyarakat untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Dapat dikatakan bahwa yang menjadi alasan mengapa masyarakat menggunakan media adalah kondisi sosial psikologis yang dirasakan sebagai sebuah masalah oleh masyarakat dan media digunakan oleh masyarakat untuk mengatasi berbagai masalah tersebut.

Uses and gratifications membedakan pengertian aktivitas atau kegiatan dengan keaktifan atau activeness untuk lebih memahami masyarakat. Yang dimaksud dengan activity adalah mengacu pada apa yang dilakukan oleh konsumen media dalam hal ini masyarakat. Sementara itu, yang dimaksud dengan activeness adalah mengacu pada kebebasan yang dimiliki oleh masyarakat dan otonomi dalam situasi komunikasi massa. Activeness bersifat relatif dan bervariasi bagi setiap individu.

Model uses and gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan

<sup>18</sup> Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr. . *Teori Komunikasi. Sejarah, Metode & Terapan di Dalam Media Massa, Edisi Kelima*. (Jakarta; Kencana, 2005). Hal 354

perilaku masyarakat, tetapi bagaimana memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial masyarakat. Jadi, bobotnya ialah pada khlayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. Dalam tradisi kajian media diketahui bahwa penelitian *uses and gratifications* tidak menawarkan suatu teori yang koheren dari penggunaan media. Lebih dari pada itu, *uses and gratifications* dipandang sebagai sekumpulan pemahaman yang melengkapi hubungan antara penggunaan media dan kepuasan media.

*Uses and gratifications* lebih berorientasi psikologis dalam artian sebagai cara untuk mengembangkan pemahaman tentang fungsi-fungsi psikologis penggunaan media oleh masyarakat. Katz, Blumer & Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification*, yaitu: (1) Masyarakat aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Asumsi teori ini mengenai masyarakat yang aktif dan penggunaan media yang berorientasi pada tujuan cukup jelas; (2) Inisiatif dalam menghubungkan pemuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota masyarakat.

Asumsi ini menghubungkan kepuasan akan kebutuhan pada pilihan terhadap sebuah media yang berada di tangan masyarakat karena orang adalah agen yang aktif, mereka mengambil inisiatif. Implikasinya adalah masyarakat mempunyai banyak sekali otonomi dalam proses komunikasi massa; (3) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipengaruhi media lebih luas, bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku masyarakat yang bersangkutan. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan akan kebutuhan, berarti bahwa media dan masyarakatnya tidak berada dalam kevakuman. Keduanya adalah bagian dari masyarakat luas dan hubungan antara media dan masyarakat dipengaruhi oleh masyarakat; (4) Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



tersebut; (5) Untuk kasus ini peneliti menganalisis hubungan penggunaan media dengan pemenuhan kebutuhan digunakan teori Uses and gratification, “penelitian uses and gratifications sering memasukan unsur “motif” untuk kebutuhan dan ‘alternatif-alternatif fungsional’ untuk memenuhi kebutuhan.”<sup>19</sup>

## B. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu berisi hasil-hasil penelitian yang terdahulu dan relevan dengan penelitian yang dilakukan agar tidak terjadi kesaman topik yang akan diteliti. Dalam penelitian ilmu komunikasi yang berhubungan persepsi atau fitur IGTV, penulis mengambil beberapa referensi atau rujukan sebagai kajian terdahulu sebagai berikut:

1. Skripsi yang pertama adalah Annisa Nur Rahmah mahasiswa ilmu komunikasi universitas sumatera utara yang berjudul: pengaruh penggunaan fitur IGTV (*instagram television*) terhadap eksistensi diri di kalangan mahasiswa universitas sumatera utara. Metode yang digunakan penelitian ini adalah penelitian korelasional. Yang bertujuan untuk menemukan hubungan antara pengaruh penggunaan fitur IGTV (*instagram television*) terhadap eksistensi diri di kalangan mahasiswa universitas sumatera utara. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini berfokus pada eksistensi diri di kalangan mahasiswa universitas sumatera utara, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada fitur IGTV sebagai media informasi pada media instagram di kalangan mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi.
2. Kedua, jurnal yang ditulis oleh a m saputra mahasiswa jurusan teknik informatika universistas komputer indonesia yang berjudul Pengaruh Fitur IGTV Pada Instagram Untuk Promosi Dalam Berwirausaha Fashion. Metode Pengumpulan Data Dalam penelitian ini, data yang akan

<sup>19</sup> Sendja, Wied, Ganes, Zaldy & Teguh Santosa. *Komunikasi dan Budaya*( Jakarta: Jurnal UI, 2001), hal 212

dikumpulkan adalah Data Sekunder. Data sekunder kemudian disimpulkan untuk mendapatkan analisis yang lebih komprehensif. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini berfokus pada fitur IGTV untuk promosi dalam berwirausaha, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada fitur IGTV sebagai media informasi pada media instagram di kalangan mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi.

3. Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Pika Nurulita Sartika mahasiswa jurusan pendidikan biologi universitas pasundan bandung yang berjudul pemanfaatan instagram TV (IGTV) sebagai online teaching untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas x Smapada klasifikasi makhluk hidup. Penelitian ini menggunakan metode Pre eksperimental atau kelas eksperimen, dimana pada penelitian ini merupakan rancangan penelitian yang belum dikategorikan sebagai eksperimen sungguh-sungguh. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini berfokus pada peningkatan hasil belajar dan mengetahui respons siswa terhadap pembelajaran biologi menggunakan IGTV, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada fitur IGTV sebagai media informasi pada media instagram di kalangan mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi.

4. Empat, jurnal yang ditulis oleh Deru R. Indika mahasiswa jurusan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, Bandung yang berjudul media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti media sosial instagram, yang membedakannya adalah penelitian ini membahas tentang media sosial instagram sebagai sarana promosi , sedangkan penulis meneliti tentang fitur IGTV sebagai media informasi di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi.

5. Kelima, skripsi yang ditulis oleh Maharani Rizka Rakhmawati mahasiswa jurusan ilmu komunikasi universitas muhammadiyah malang yang berjudul pemaknaan mahasiswa terhadap video di instagram sebagai media ekspresi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





dan kreativitas. Perbedaannya adalah peneliti membahas tentang video di instagram sebagai media ekspresi dan kreativitas, sedangkan penulis meneliti tentang fitur IGTV sebagai media informasi di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi.

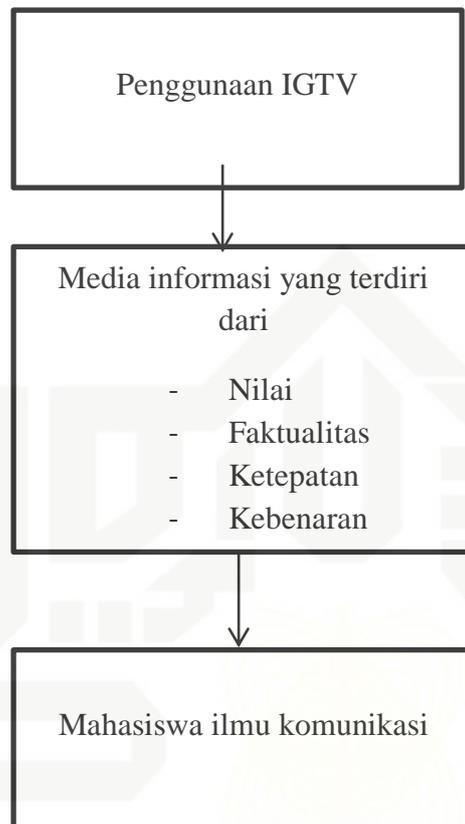
Dari beberapa penelitian terdahulu diatas, peneliti tertarik untuk membahas tentang media sosial instagram, dan juga penelitian ini lebih mengarah pada analisis penggunaan fitur IGTV sebagai media informasi, karena peneliti melihat bahwa sekarang media instagram banyak digunakan karena di instagram terdapat fitur baru yaitu IGTV dimana khalayak atau dikalangan mahasiswa juga atau artis juga dapat mengakses video di IGTV karena IGTV dapat mengakses video yang berdurasi 15 sampai 1 jam dan juga banyaknya khalayak terumata dikalangan mahasiswa yang lebih sering mengakses media instagram sebagai media untuk mendapatkan informasi dibandingkan media lainnya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti analisi penggunaan IGTV sebagai media informasi.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka berfikir adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Berdasarkan model teori uses and gratification, yang diuraikan diatas, maka penulis membuat kerangka pikir yaitu penggunaan fitur IGTV sebagai media informasi mahasiswa ilmu komunikasi uin suska riau. Berikut bagan yang menjelaskan kerangka ber fikir peneliti:

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 1.1 Kerangka pikir****Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang menggunakan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibantu oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data dan analisis data yang relevan diperoleh dari situasi alamiah.<sup>20</sup>

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui IGTV sebagai media informasi pada jurusan ilmu komunikasi angkatan 2019 di fakultas dakwah dan ilmu komunikasi.

Disisi lain jika dilihat dari konsep penelitian deskriptif ini mempunyai karakteristik atau langkah-langkah tertentu dalam proses pelaksanaannya, yaitu sebagai berikut, menentukan jenis informasi yang ditentukan, menentukan prosedur pengumpulan data melalui observasi, pengolahan informasi dan data serta menarik kesimpulan.

### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Lokasi penelitian ini adalah difakultas dakwah dan komunikasi

2. Waktu

Waktu penelitian ini di mulai sejak bulan november- januari 2021

### C. Sumber Data dan Informan Penelitian

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melekukan penelitian atau yang

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2010). Hlm 222

bersangkutan serta yang memerlukannya. Adapun sumber data primer ini sering juga disebut dengan data asli atau data baru atau data yang diperoleh langsung dari sumber pertama.<sup>21</sup>

Terkait dengan penelitian penulis lakukan, maka dalam hal ini data primer dalam penelitian ini adalah dari subjek penelitian yaitu difakultas dakwah dan ilmu komunikasi.

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan yang tujuannya untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data sekunder ini dapat dengan cepat ditemukan. Karena dalam sumber data penelitian sekunder ini yang menjadi sumber datanya itu diambil dari literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Data sekunder juga biasanya dapat diperoleh atau bisa terwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.<sup>22</sup>

Adapun dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang dilakukan penulis adalah dokumentasi dan hasil wawancara penulis dengan mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2019. Tepatnya di fakultas dakwah dan ilmu komunikasi.

## D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek dari sebuah penelitian kualitatif yang dilakukan dalam kegiatan penelitian. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari dari wawancara langsung yang disebut sebagai narasumber. Dalam penelitian ini menentukan informan dengan menggunakan teknik purposive, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang benar-benar menguasai suatu objek yang peneliti teliti.<sup>23</sup>

Subjek penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang berjumlah 11 mahasiswa jurusan ilmu komunikasi.

<sup>21</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* Cet. Pertama (Bogor Selatan : Ghalia Indonesia, 2002), Hlm 82

<sup>22</sup> Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998), hlm 91

<sup>23</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009, hlm 2

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan pada natural setting (kondisi ilmiah). Sedangkan teknik pengumpulan datanya lebih banyak pada wawancara, observasi, serta dokumentasi. Yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

### 1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan. Penelitian akan melakukan wawancara dengan subjek penelitian yang sudah ditetapkan yaitu mahasiswa ilmu komunikasi.

### 2. Observasi

Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memperhatikan secara akurat, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena yang sedang diamati untuk mendapatkan data tentang suatu masalah, sehingga diperoleh pemahaman atau sebagai alat re-checking atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung, dengan menggunakan alat indra penglihatan dan pendengaran terhadap fenomena sosial ekonomi dan gejala-gejala yang terjadi pada IGTV sebagai media informasi pada jurusan ilmu komunikasi. Jadi disini peneliti terjun langsung kelapangan, melihat, mendengarkan dan mengamati 11 mahasiswa ilmu komunikasi sehingga dengan ini peneliti dapat memperoleh pengetahuan apa yang telah dia lakukan di penelitian tersebut.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal katanya dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah

<sup>24</sup> Andi Prestowo, *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Diva, 2010), hlm 23

dokumen, peraturan-peraturan. Metode dokumentasi merupakan cara pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan peristiwa (dokumen)

## F. Validitas Data

Validitas data dalam penelitian kualitatif lebih menunjuk pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh secara akurat telah mewakili realitas atau gejala yang diteliti.

Teknik validasi data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah teknik membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari waktu dan cara yang berbeda. Dalam triangulasi sumber data ini peneliti meminta pertimbangan pihak lain memiliki kaitan erat objek penelitian. Disini jawaban subjek dengan dokumen yang ada. Penelitian ini menggunakan Triangulasi sumber, membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi.<sup>25</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>26</sup>

Analisis data kualitatif bersifat induktif yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Setelah data diperoleh, selanjutnya penulis akan mengolahnya dengan melakukan analisis terhadap data yang didapatkan.

<sup>25</sup>Rachmat Kriyantono, Ph. D, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*,(Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006). hlm 73

<sup>26</sup>Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* Penelitian,(Bandung: Rosdakarya, 2010),hlm 248.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Analisis itu sendiri berarti menguraikan atau memisahkan, maka menganalisis berarti menguraikan data atau menjelaskan data. Selanjutnya dianalisis dan diinterpretasikan dengan kata sedemikian rupa untuk menggambarkan objek penelitian.

Sesuai dengan jenis penelitian di atas, maka peneliti menggunakan model interaktif untuk menganalisis data hasil penelitian. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.<sup>27</sup> Komponen-komponen analisis data model interaktif dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh peneliti di lapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi direduksi dengan cara merangkum, memilih dan memfokuskan data. Pengumpulan data Penyajian data Reduksi data Kesimpulan- kesimpulan Penarikan /verifikasi pada hal-hal yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan reduksi data dengan cara memilah-milah, mengkategorikan dan membuat abstraksi dari catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan setelah data selesai direduksi atau dirangkum. Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dianalisis kemudian disajikan dalam bentuk CW (Catatan Wawancara), CL (Catatan Lapangan) dan CD (Catatan Dokumentasi). Data yang sudah disajikan dalam bentuk catatan wawancara, catatan lapangan dan catatan dokumentasi diberi kode data untuk mengorganisasi data, sehingga peneliti dapat menganalisis dengan cepat dan mudah. Peneliti membuat daftar awal kode yang sesuai dengan pedoman wawancara, observasi dan dokumentasi. Masing-masing data yang sudah diberi kode dianalisis dalam bentuk refleksi dan disajikan dalam bentuk teks.

---

<sup>27</sup> Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992, hlm 16

### 3. Kesimpulan, Penarikan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/ Verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif model interaktif adalah penarikan kesimpulan dari verifikasi. Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan yang didukung dengan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data. Kesimpulan adalah jawaban dari rumusan masalah dan pertanyaan yang telah diungkapkan oleh peneliti sejak awal.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### A. Sejarah Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Kasim (UIN SUSKA) Riau merupakan pengembangan atau peningkatan status institusi dari Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru. Institut inididirikan berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia N0.94 Tahun 1970 pada tanggal 19 September 1970. Yang terletak di dua tempat, yang pertama kampus Tuanku Tambusai di Jalan K.H Ahmad Dahlan 94 Sukajadi Pekanbaru dan tempat yang kedua adalah kampus Raja Ali Haji di Jalan H.R Soebrantas Km. 15 Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru.

Pada awal berdirinya IAIN Susqa hanya memiliki tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah dan Fakultas Ushuluddin. Masa selanjutnya IAIN Susqa telah berkembang dan bertambahnya fakultas dan berbagai sarana lainnya. Pada tahun 1997 dibuka Program Pasca Sarjana dan pada tahun 1998 didirikan Fakultas Dakwah. Fakultas Dakwah UIN Suska Pekanbaru meskipun secara yuridis telah berusia hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari Jurusan Ilmu Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin Uin Suska Pekanbaru. Peningkatan status Jurusan Ilmu Dakwah menjadi sebuah Fakultas tersendiri sesungguhnya telah direncanakan sejak lama. Dan usaha-usaha yang lebih intensif kearah itu telah dimulai sejak tahun akademik 1994/1995.

Setahun kemudian, yakni 1995/1996, Jurusan Ilmu Dakwah dimekarkan menjadi dua jurusan, yaitu jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI). Kedua jurusan tersebut sampai dengan tahun akademik 1997/1998 telah berusia lebih kurang tiga tahun dan telah memiliki mahasiswa sebanyak 211 orang. Pada tahun akademik 1996/1997 telah dilakukan penjajahan kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung dalam rangka mempersiapkan

dan memperluas jurusan pada Fakultas Dakwah yang didirikan, yang kemudian menghasilkan kesepakatan kerjasama antara IAIN Susqa Pekanbaru dengan Unpad Bandung yang direalisasikan dalam bentuk penandatanganan naskah kesepakatan berupa MOU (Memorandum of Understanding).

Pada bulan Januari 1998 dengan Nomor : IN 13/R/HM.01/164/1998 dan 684/706/TU/1998 yang pelaksanaan teknisnya dipercayakan pada Fakultas Ushuludin (Pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung sebagai tindak lanjut dari MOU tersebut adalah disepakatinya pembukaan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Pers Dan Grafika, untuk melengkapi dua Jurusan yang sudah ada (PMI dan BPI) pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan.

Untuk mewujudkan pendidikan Fakultas Dakwah pada UIN Suska Pekanbaru telah dilakukan berbagai upaya perintisan, diantaranya adalah mengupayakan untuk mendapatkan pengukuhan secara yuridis formal dari berbagai pihak terkait seperti dari Departemen Agama sendiri, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI dan dari hasilnya adalah dikeluarkannya surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia tentang pendirian Fakultas Dakwah nomor 104 tahun 1998 tanggal 28 Februari 1998.

Dalam pada itu telah dilakukan seminar lokakarya (semiloka) tentang penyusunan kurikulum jurusan Ilmu Komunikasi dan Program Studi Pers dan Grafika. Semiloka tersebut dihadiri oleh dua tokoh dan pakar komunikasi Unpad Bandung yaitu : Dr. H. Dedi Mulyana, MA dan Drs. Elvinaro Enderianto, M.Si menggantikan Drs. Soleh Soemirat Dekan Fikom Unpad Bandung yang berhalangan datang. Semiloka tersebut berhasil merumuskan kurikulum terpadu antara disiplin Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu keislaman yang merupakan ciri khas program studi Ilmu Komunikasi pada IAIN Susqa.

Berbekalan Surat Keputusan Menteri Agama RI nomor 104 tahun 1998 tersebut, maka secara de jure Fakultas Dakwah telah terlahir dan terpisah dari Fakultas Ushuluddin, tetapi secara de facto kelahiran itu baru terealisasi pada bulan September 1998, dalam acara Stadium General pembukaan kuliah akademik 1998/1999. Dalam kesempatan itu yang bertindak sebagai pembicara

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah Drs. Soleh Soemirat, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung.

Pada awal pendirian jurusan Ilmu komunikasi akademik 1998/1999 hanya menerima 40 orang mahasiswa yang terdiri dari satu lokal, namun seiring perkembangan Jurusan Ilmu Komunikasi mempunyai masa studi 8 (delapan) sementara dengan jumlah total sekitar 160 SKS (Sistem Kredit Semester). Sekarang kurikulum inti berdasarkan kurikulum fakultas Ilmu Komunikasi Universita Padjajaran Bandung, Kemudian digabung dengan kurikulum institusional yang bernuansa islami.

Sementara itu Jurusan Ilmu Komunikasi belum mempunyai dosen tetap dengan latar belakang Ilmu Komunikasi. Oleh sebab itu pimpinan melakukan usaha-usaha antara lain dengan memberikan izin belajar kepada dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk meneruskan pendidikannya pada Program Magister Komunikasi di Universitas Padjajaran. Untuk memenuhi tuntutan pengajar di jurusan Ilmu Komunikasi maka ditempuh dengan melakukan kerjasama dengan instansi Pemerintahan, Perguruan Tinggi yang ada di Pekanbaru antara lain, Riau Posdan RRI Stasiun Pekanbaru. Selain itu jurusan ini mendapat bantuan dosen dari Fakultas Komunikasi UNPAD Bandung dengan sistem dosen terbang.

Adapun dari segi kepemimpinan pada jurusan ilmu komunikasi sejak tahun 1998/1999 sampai kini telah mengalami 7 kali pergantian. Pertama kali dipimpin oleh Hidayat, MA (1998-2001), Suhaimi D, M.Si (2001-2003) kemudian DR. Nurdin A Halim, MA (2003-2005), Drs. Abdul Rachman (2005-2009), DR. Nurdin A Halim, MA (2009-2013), FirdausElhadi, S.Sos, M.SocSc (2013 2016), Mardiah Rubani, M.Si (2016-2017), dan Rafdeadi, S.Sos.I.,MA(2017 Hingga sekarang).<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Buku Panduan dan Informasi Akademik UIN Suska Riau 2016-2017, hal.1

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Mahasiswa fakultas dan komunikasi Perjurusan Tahun**  
**2015/2019**

NO	PRODI	JUMLAH MAHASISWA TAHUN				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	ILMU KOMUNIKASI	405	391	422	358	444
2	MD	232	160	245	201	
3	BKI	102	106	137	150	
4	PMI	58	106	167	108	

**B. VISI, Misi, Tujuan dan Kompetensi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Pekanbaru.**

Adapun Visi, Misi, dan Tujuan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru adalah :

**1. Visi**

Sebagai lembaga utama untuk memajukan, mengembangkan, dan menerapkan ilmu-ilmu komunikasi melalui pendidikan, pengajaran, pengkajian serta pelayanan kepada masyarakat.

**2. Misi**

- a. Mewujudkan sumber daya manusia yang bermutu yang mampu mengembangkan, memajukan dan menerapkan Ilmu Komunikasi secara akademik dan professional dalam rangka penyiaran islam.
- b. Mewujudkan sumber daya manusia yang bermoral Islam serta profesional dalam bidang komunikasi untuk kepentingan dakwah islamiyah.

**3. Tujuan**

- a. Mempersiapkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan akademik maupun praktis profesional dibidang Jurnalistik, Public Relation, dan Broadcasting.
- b. Mempersiapkan sumber daya manusia dibidang Jurnalistik, Public Relation dan Broadcasting yang mampu berkarya dengan memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kontribusi pada pengembangan keilmuan serta dengan memberi sumbangan terhadap pemecahan berbagai masalah sosial yang terkait dengan bidang Ilmu Komunikasi.

- c. Mempersiapkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan intelektual serta memiliki integritas moral Islam dalam mendukung misi dakwah Islamiyah.

### C. Sasaran Ilmu Komunikasi

Sasaran Program studi Ilmu Komunikasi dalam penerimaan mahasiswa berdasarkan:

1. Minat Mahasiswa
2. Standar Nilai Kelulusan
3. Daya tampung penerimaan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (Arsip Ilmu Komunikasi).

### D. Kompetensi Konsentrasi Ilmu Komunikasi

Jurusan Ilmu Komunikasi menghasilkan serjana muslim yang cerdas, cakap, trampil dan berakhlak mulia dibidang Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, kualifikasi diharapkan dapat memberdayakan posisi mereka untuk berdedikasi dan bekerja profesional dibidang Jurnalistik, Public Relation dan Broadcasting yang mampu berkarya dengan memberi kontribusi pada pengembangan keilmuan serta turut memberi sumbangan terhadap pemecahan berbagai masalah sosial yang terkait dengan bidang Ilmu Komunikasi serta memiliki kemampuan intelektual serta memiliki integritas moral Islam dalam mendukung misi dakwah Islamiyah. Jurusan Ilmu Komunikasi memiliki tiga konsentrasi yang akan dibagi pada semester V setelah diberikan dasa-dasar keseluruhan konsentrasi pada semester I/IV. Kompetensi masing-masing konsentrasi di Jurusan Ilmu Komunikasi:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Konsentrasi Jurnalistik

- a) Mampu dan menguasai bidang kewartawanan, teknik peliputan, editing, lay out dan perwajahan surat kabar.
- b) Mampu melaksanakan aktivitas profesi dan menerapkan kode etik kewartawanan, dan segala aturan yang terkait dengan etika kewartawanan.
- c) Mampu mengelola dan memanage penerbitan surat kabar dan majalah.

2. Konsentrasi Broadcasting

- a) Mampu dan menguasai bidang broadcasting, penyiaran, shooting, editing, dubbing dan lainnya.
- b) Mampu mengelola memanage produksi siaran radio.
- c) Mampu mengelola memanage produksi siaran televisi.
- d) Mampu dan cakap serta berkelayakan menciptakan karya-karya hiburan yang diperlukan sebagai hiburan, seperti film, komedi dan lainnya.

3. Konsentrasi Public Relation (Humas)

- a) Mampu dan menguasai bidang kehumasan, MC, keprotokoleran, perancangan, desain agenda dan lainnya.
- b) Mampu dan cakap merancang suatu event, seminar, expo, exhibition dan lainnya.

Tujuan ideal tersebut pada hakikatnya merupakan penjabaran operasional dari visi Jurusan Ilmu Komunikasi yakni sebagai lembaga untuk memajukan, pengembangan dan menerapkan ilmu-ilmu komunikasi melalui pendidikan, pengajaran, pengkajian serta pelayanan kepada masyarakat. Visi ini tidak saja mengisi tekad dan komitmen sivitas akademika Jurusan Ilmu

Komunikasi dan juga menjadi amanat dan harapan UIN SUSKA Riau dalam memberikan nuansa khas pendidikan tinggi agama Islam (Arsip Ilmu Komunikasi).

Posisi strategis Jurusan Ilmu Komunikasi tersebut ternyata tidak bias dilepaskan dari sejarah perkembangan UIN SUSKA Riau sebagai lembaga pendidikan tinggi. Menurut data yang ada, tiga tahun terakhir ini Jurusan Ilmu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Lebih dari 300% daya tampung Jurusan Ilmu Komunikasi. Dari sinilah lahir serjana-serjana muslim yang mempunyai peran penting dalam pembinaan dan pengembangan UIN SUSKA Riau menjadi pemimpin berbagai instansi pemerintahan seperti Humas Pemda Palalawan dan bekerja diberbagai media massa yang ada di Pekanbaru.

Oleh karena itu tekad dan komitmen Jurusan Ilmu Komunikasi adalah menghasilkan serjana yang bermutu, yang mengembangkan, memajukan dan menerapkan ilmu komunikasi secara Akademik dan profesional dalam rangka penyiaran Islam mewujudkan sumber daya manusia bermoral Islam serta profesional dalam bidang komunikasi untuk kepentingan dakwah Islamiyah. Untuk menjamin hal itu, Jurusan Ilmu Komunikasi memberikan apresiasi dan response yang wajar dan antisipatif terhadap kurikulum Nasional dengan membenahi dan mendesain kurikulum local yang dipandang relevan bagi kepentingan lembaga dan kebutuhan manusia maupun masyarakat. Untuk menjamin terselenggaranya kurikulum, Nasional maupun lokal, Jurusan Ilmu Komunikasi didukung oleh aset infarastuktur fisik, aset finansial, aset SDM, dan aset Informasi. (Arsip Ilmu Komunikasi).

## **E. Media, Kegiatan dan Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Sejak didirikannya Fakultas Dakwah dan Komunikasi mempunyai sejumlah media dan kegiatan mahasiswa diantaranya<sup>29</sup>:

### **1. Kegiatan Mahasiswa**

- a. Sanggar COFA (Communication Film Academic of Communication)
- b. Sanggar Komunika (Jurnalistik)
- c. Sanggar Public Relations
- d. Sanggar pocus (Photography of Communication)
- e. Sanggar Songket (Seni Budaya)

<sup>29</sup>MediadanKegiatan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, <http://fdik.uin-suska.ac.id/media-komunitas/>, diakses pada 15 juli 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Forum Edukatif Mahasiswa Komunikasi
- g. Kreasi Mahasiswa Jurusan PMI
- h. Pusat Informasi dan Konseling Islam
- i. Dakwah Communication Center (DCC) Al-Fatih

**2. Media Komunikasi Mahasiswa**

- a. Radio Suska 107.9 ([www.radiosuska.com](http://www.radiosuska.com))
- b. Suska TV ([www.suskatv.com](http://www.suskatv.com))
- c. Komunikasi News ([www.komunikasinews.com](http://www.komunikasinews.com))
- d. Gema Dakwah ([www.gemadakwah-online.com](http://www.gemadakwah-online.com))

**F. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

Susunan organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi adalah salah satu unsur pelaksana akademik UIN Suska Riau, yang melaksanakan sebagian tugas dan fungsi UIN yang berada dibawah Rektor. Susunan Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi terdiri dari

**Tabel 4.2**  
**Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

NO	Nama jabatan	Nama pejabat
1	<b>Dekan</b>	Dr. Imron Rosidi. S. Pd, M.A
2	<b>Wakil Dekan</b> Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga	Dr. Masduki, M.Ag
3	<b>Wakil Dekan</b> Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan	Dr. Toni Hartono, M. Si
4	<b>Wakil Dekan</b> Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama	Dr. Arwan, M.Ag
5	<b>Ketua kpm</b>	Mustafa, M. Pd
6	<b>Sekretaris kpm</b>	Reizki Maharani, M Pd
7	<b>Kepala Bagian</b> Tata usaha	Yanti Dasmiyarni, S. Kom , M.M
8	<b>Kepala Subbagian</b> Administrasi Umum dan Keuangan	Febrianti, St.M.M
9	<b>Kepala Subbagian</b> Akademik, kemahasiswaan dan alumni	Srihartatik, S.Pd.I, M.A

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	Nama jabatan	Nama pejabat
<b>Program Studi</b>		
10	<b>Ketua Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Sekreteraris</b>	Dr. Titi Antin, S. Sos, M.Si Yefni, S.Ag, M.Si
11	<b>Ketua Jurusan Bimbingan Konseling Islam Sekreteraris</b>	Zulamri, M.Ag Rosmita, M.Ag
12	<b>Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Sekreteraris</b>	Dr. Muhammad Badri, Sp, M.Si Artis, S. Ag, M.I. Kom
13	<b>Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Sekreteraris</b>	Khairuddin. M. Ag Muhlasin, S. Ag. M. Pd. I
14	<b>Ketua Lab Komunikasi</b>	Ediso, M. Kom
15	<b>Ketua Lab dakwah</b>	Muhammad Soim. S. Sos. I. M. A
16	<b>Ketua lab desain grafis &amp; multimedia</b>	Assyari Abdullah. M. I. Kom

## G. Sejarah Instagram

Instagram adalah jejaring sosial foto dan video-sharing dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram diluncurkan secara resmi pada Oktober tahun 2010 yang awalnya secara eksklusif hanya diperuntukan bagi pengguna ponsel berbasis iOS. Kemudian pada April tahun 2012, barulah Instagram dirilis bagi pengguna ponsel berbasis Android dan diikuti oleh situs web pada November tahun 2012, lalu aplikasi untuk perangkat handphone Windows 10 Mobile pada April 2016.<sup>30</sup>

Sistem sosial dalam Instagram adalah menjadi pengikut akun Instagram lainnya, sehingga dapat berkomunikasi antar sesama pengguna Instagram dengan cara memberi tanda like (suka) atau mengomentari (comment) foto-foto atau video yang telah diunggah. Untuk menemukan teman yang ada di Instagram dapat juga dicari melalui akun media sosial lainnya seperti Facebook, Twitter yang menggunakan Instagram. Peluncuran aplikasi Instagram berlangsung sangat sukses karena tidak menggunakan iklan dan hanya menggunakan viral marketing namun berhasil menjangkau 25 ribu pengguna di

<sup>30</sup> Eryta Ayu Putri Soesanto. 2013. *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Online Shop)* Surabaya: UPN Veteran Jatim

hari pertama, setelah seminggu kemudian bertambah menjadi 100 ribu pengguna instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri. Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “inta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan foto instan.

Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan. Sedangkan untuk kata gram berasal dari kata telegram dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram berasal dari instan-telegram.

Maka dapat disimpulkan instagram menyentuh sebagian besar komponen yang saat ini merupakan tren yang dibagikan pada instagram yaitu foto, dan video. Berkembangnya fitur-fitur yang menunjang instagram sebagai media sosial saat ini. Fitur yang terdapat di instagram salah satunya yaitu IGTV.

### 1. IGTV

IGTV merupakan salah satu fitur dari instagram yang memperbolehkan user mengupload video dengan durasi lebih panjang. Fitur ini bisa dimanfaatkan sebagai media pembelajaran dengan mengupload bahan materi atau praktikum berupa video sehingga dapat dilihat dalam durasi yang cukup panjang sampai 1 jam. IGTV juga dapat diakses di manapun dan kapanpun sehingga dapat ditonton beberapa kali oleh pengguna. Ceo instagram kevin systrom mengatakan bahwa aplikasi ini didesain untuk memudahkan orang untuk menonton video dari handphone. Systrom juga mengatakan bahwa kebanyakan aplikasi video mengharuskan anda untuk browsing atau mencari dulu melalui direktori.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

IGTV mengambil karakteristik tv dimana ketika anda membuka IGTV , anda dapat langsung menonton video.<sup>31</sup>

Selain itu IGTV menyediakan mode, lean back, dimana ini diperkirakan akan menjadi fitur dimana instagram bisa meletakkan ads. Perbedaan IGTV dengan fitur instagram lainnya yaitu di IGTV tidak akan melihat feed, gambar, storie. IGTV hanya bisa dilihat oleh pengguna instagram yang memang berniat untuk menonton IGTV atau yang tidak sengaja menemukan sebuah video di fitur explore, yang ternyata merupakan konten IGTV. Fitur IGTV ini tentu dikembangkan untuk menyaingi youtube tapi dalam format video vertikal. Dengan munculnya layanan ini, tentu pembuat konten juga bisa mendapatkan penghasilan dari IGTV, yakni dengan opsi tautan yang ada pada layanan IGTV untuk menyalurkan konten ke situs web atau halaman profil mereka sendiri.

Kehadiran IGTV cukup booming di awal kemunculannya, namun hingga kini belum begitu banyak pengguna instagram yang secara rutin menggunakannya. Kehadiran IGTV dimaksudkan supaya pengguna instagram bisa lebih leluasa membuat konten video dengan durasi yang lebih panjang hingga 10 menit. Kelebihan dan kekurangan fitur IGTV pada aplikasi instagram menurut ceo instagram Kevin Systrom sebagai berikut:

- a. Kelebihan IGTV Memudahkan dalam memberikan informasi. Pada IGTV mendapatkan ruang yang lebih luas untuk mendapatkan informasi dengan begitu jelas dan mudah ditonton., Mengupload video dalam durasi lebih dari 1 menit. Video yang di upload di IGTV mempunyai kelebihan durasi dibandingkan dengan fitur instagram lainnya., biasanya berdurasi 10 menit sampai 1 jam, Dapat mengupload video yang sudah diedit terlebih dahulu.
- b. Kekurangan IGTV tidak bisa menampilkan video live seperti fitur instagram live, Kesulitan dalam mengatus group shot IGTV sulit untuk mengatur group shot karena format video yang vertikal

<sup>31</sup> <https://www.dewaweb.com/blog/panduan-igtv/>

sehingga kesulitan dalam memposisikan framing group shot atau objek dalam video. Sehingga untuk membuat video dengan posisi jauh antara kamera dengan objek agar dapat fram yang maksimal berbeda dan dengan video horizontal.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**2. Tata Cara Mengupload Video Di IGTV:**

- 1) Apabila anda pengguna baru Instagram dan belum memiliki akun, anda bisa mendaftarkan diri terlebih dahulu. Namun bila sudah memiliki akun anda harus menekan menu log in seperti pada gambar berikut ini;

**Gambar 4.1 Menu Login Instagram**



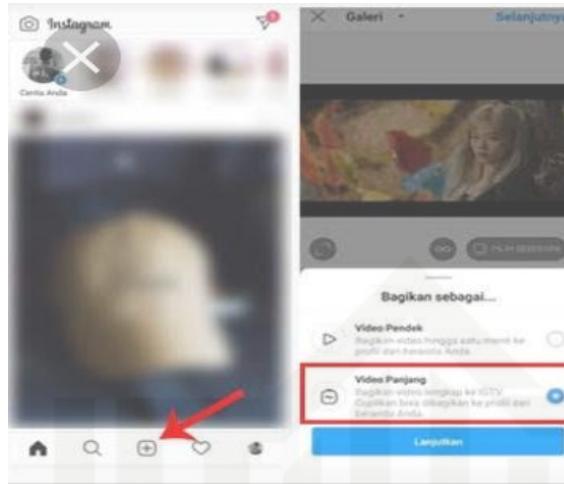
Menu diatas dapat anda temukan di pencarian internet menggunakan PC/atau laptop dan untuk mengakses di gadget dapat mendownload pada App store maupun Playstore.

- 2) Tap ikon plus (+) di bagian bawah untuk mengupload video dan Pilih video dari galeri untuk di upload ke IGTV. Setelah itu tap opsi selanjutnya dan muncul dua opsi pilih video panjang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

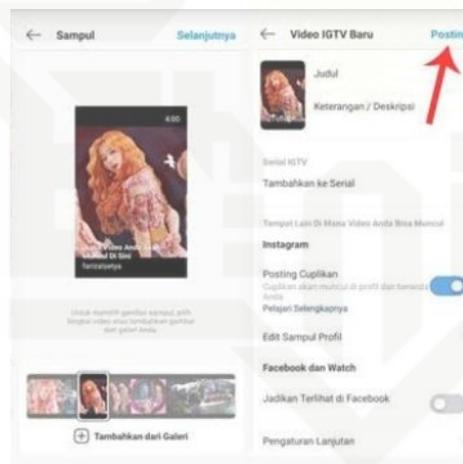
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 4.2 Mengupload Video**



- 3) Beri sampul untuk video tersebut yang dapat di ambil melalui galeri ataupun dari cuplikan video yang akan di upload. Berilah judul dan deskripsi dari video yang akan di upload. Tap posting cuplikan dan terakhir posting video anda.

**Gambar 4.3 Memposting Video**



Berdasarkan tata cara di atas terlihat bahwa dalam mengupload video pada IGTV sangat mudah dan tidak seperti sosial media lainnya yang memiliki hal-hal yang rumit dalam mengupload video.

Jaringan dan besarnya kuota yang diperlukan dalam mengakses IGTV baik itu dalam segi pengunggahan maupun menonton video IGTV juga menjadi salah satu penghambat bagi narasumber dalam mengakses IGTV. Salah seorang narasumber juga mengatakan bahwa dalam pencarian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa IGTV menawarkan berbagai informasi menarik yang berguna bagi kehidupan manusia sehari-hari dan berdasarkan wawancara dengan narasumber pada bab sebelumnya, bahwa informasi yang disajikan dalam konten IGTV dibuat berdasarkan kenyataan dan informasi yang didapatkan sesuai dengan yang dibutuhkan.

Sebagai salah fitur IGTV patut menjadi salah satu sumber informasi yang banyak diakses atau digunakan oleh pada pengguna sosial media. Durasi yang panjang serta mudah digunakan membuat IGTV menjadi fitur yang unggul dan banyak dikenal oleh pengguna instagram. Tidak hanya itu, informasi yang diberikan dalam IGTV sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pengguna dan diharapkan dapat meningkatkan kreativitas serta inovasi bagi para penggunanya.

### B. Saran

1. Para pengguna instagram sebaiknya turut aktif dalam mengupload konten-konten terbaru, sehingga informasi yang diberikan menjadi cepat dan beragam.
2. Instagram seharusnya memberikan akses untuk mendownload video-video yang terdapat pada IGTV, sehingga para pengguna dapat melihat berulang video yang ingin dilihat walaupun tanpa kuota atau akses internet
3. Penulis menyarankan pada peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian mengenai IGTV sebagai sumber informasi, agar penelitian mengenai IGTV dapat beragam.



## DAFTAR PUSAKA

- A, W. Widjaja. 1993. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, Jakarta: PT. Bumi Asksara
- Andi Prestowo. 2010. *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Diva
- Bambang Dwi Atmoto. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Mediakita
- Cangara , Hafied. 2008 *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Darwanto Sastro Subroto. 1994 *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Djuarsa, S. Sendjaja. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Elvinaro Ardianto.Et .Al. 2007. *Komunikasi Massa*. Bandung: Refika Offset
- Eryta ayu putri soesanto.2013. *Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop(Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Online Shop )* Surabaya: Upn Veteran Jatim
- Haris Munandar& Dudy Priatna. 2003. *Media Massa & Masyarakat Modern*, Jakarta: Kencana
- Jalaludin Rakhmat. 2012. *psikologi komunikasi*. Bandung:PT Remaja Rosdakrya
- Kaplan Andreas M.; Michael Haenlein. 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons*
- Morissan,M. A. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- M. Iqbal Hasan. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya* Cet.Pertama. Bogor Selatan : Ghalia Indonesia
- Moleong. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif* Penelitian. Bandung: Rosdakarya

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Miles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press
- Nurudin . 2016. *Ilmu Komunikasi Dan Populer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Nasrullah Rulli. 2015 *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang: Cespur
- Onong Uchjana Effendy , M.A. 1984 *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rachmat Kriyantono, Ph. D. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Sendja, Wied, Ganes, Zaldy & Teguh Santosa.2001. *Komunikasi dan Budaya* Jakarta: Jurnal UI
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Saifudin Azwar. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Werner J.Severin, James W. Tankard, Jr. 2005 . *Teori Komunikasi. Sejarah, Metode & Terapan di Dalam Media Massa, Edisi Kelima*. Jakarta; Kencan

#### WEBSITE:

[https://www.marketeers.com/lima-konten-igtv-favorit-bagi-penonton-indonesia/MediadanKegiatan\\_Fakultas\\_Dakwah\\_dan\\_Komunikasi](https://www.marketeers.com/lima-konten-igtv-favorit-bagi-penonton-indonesia/MediadanKegiatan_Fakultas_Dakwah_dan_Komunikasi), <http://fdik.uin-suska.ac.id/media-komunitas/>

<https://www.dewaweb.com/blog/panduan-igtv/>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Lampiran 1:****PEDOMAN WAWANCARA**

1. Disini saya ingin bertanya seputar igtv sebelumnya mbak mempunyai instagram?
2. selain instagram akun apa saja yang mbak punya?
3. Jadi media yang sering mbak gunakan apa?
4. Disini kan di instagram udah ada beberapa fitur, jadi fitur yang mbak ketahui di instagram itu apa?
5. Seperti yang mbak sebutkan tadi seperti ig story, igtv dan feed atau beranda yang sering mbak gunakan apa?
6. Kenapa mbak memilih ig story sama feed atau beranda ,kenapa tidak live dan igtv?
7. Berarti mbak sering menggunakan ig story ?
8. Mengenai igtv mbak bilang Cuma sekedar untuk menontonnya aja, apakah mbak pernah mengupload konten di igtv atau menggunakan igtv?
9. Tujuan mbak memainkan igtv itu apa?
10. Apakah di igtv mbak mendapatkan informasi yang dibutuhkan?
11. Biasanya di instagram itu bisa juga menghasilkan uang seperti berjualan online dan endorsmen, apakah mbak mendapatkan keuntungan di instagram?
12. Jadi Jualan apa yang pernah pernah mbak jual?
13. Apakah difitur igtv dapat mbak mengerti dan mendapatkan informasi terbaru yang disajikan dalam igtv?
14. Jadi kendala dalam mengakses igtv itu apa?
15. Dengan media sosial yang lain seperti facebook whatshap, line, apa perbedaan atau keunggulan yang ditonjolkan diigtv?
16. Menurut mbak kelebihan dari igtv itu apa?
17. Menurut perbedaan igtv sama tv konvensional?



## Lampiran 2:

### HASIL WAWANCARA

**Narasumber (1): Sayidil Ramadhan**

**Jurusan : Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 25 november 2020**

Pewawancara: sebelumnya anda punya akun instagram?

Narasumber:iya punya

Pewawancara: selain intstagram anda mempunyai apa saja

Narasumber: saya mempunyai media sosial seperti facebook, whatshap, twiter dan line

Pewawancara: diantara saudara sebutkan tadi yang sering anda sering anda gunakan apa?

Narasumber: ya sering g saya gunakan ya instagram

Pewawancara: dimedia instagram terdapat beberapa fitur-fitur, jadi fitur-fitur apa yang anda ketahui di instagram?

Narasumber: yang saya ketahui ya seperti live, feedatau beranda dan igtv

Pewawancara: diinstagram itu kan sebagai informasi, jadi para pengguna instagram kebanyakan menggunakan feed atau beranda, mereka belum mengetahui tentang igtv, jadi sebelumnya anda sudah tau konten-konten yang dimuat di igtv atau menggunakan igtv?

Narasumber: kalau konten-konten yang ada di igtv saya sudah tau, kalau untuk menggunakan igtv saya setiap hari menggunakannya.

Pewawancara: jadi disini anda sebagai pengguna saja

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: iya saya sebagai pengguna saja

Pewawancara: apakah anda mengupload konten di igtv

Marasumber: untuk mengupload konten saya saya belum pernah

Pewawancara: jadi anda sebagai penikmat saja

Narasumber: iya saya sebagai penikmat dan pengguna untuk hiburan saja

Pewawancara: disini sebagai pengguna, tujuan anda untuk memainkan igtv itu apa?

Narasumber: kalau tujuannya untuk hiburan saja dan untuk mencari informasi-informasi terbaru

Pewawancara: jadi kan disini anda menyebutkan mencari informasi terbaru didalam igtv, jadi informasi terbaru apa yang didapatkan?

Narasumber: iya kayak musik terbaru, film terbaru dan berita-berita terbaru

Pewawancara: menurut anda igtv mudah digunakan atau tidak?

Narasumber: kalau menurut saya igtv itu mudah digunakan karena mudah untuk mencari informasi

Pewawancara: menurut anda mudah mana menggunakan feed, live atau igtv

Narasumber: iya igtv

Pewawancara: kenapa igtv

Narasumber: karena kalau igtv videonya berdurasi lebih panjang dan konten-kontennya selalu baru

Pewawancara: menurut anda juga lebih mudah mengakses difeed, live atau digtv?

Narasumber: kalau mengaksesnya lebih mudah digtv karena digtv itu mudah dilihat dimana saja



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pewawancara: apakah menurut anda fitur igtv itu mudah dimengerti dalam penggunaannya

Narasumber: kalau igtv saya mengerti dan mudah untuk menggunakannya

Pewawancara: jadi konten di igtv memberikan informasi yang anda butuhkan atau tidak?

Narasumber: iya, konten-konten igtv memberi informasi-informasi terbaru

Pewawancara: jadi informasi terbaru seperti apa yang anda dapatkan di igtv

Narasumber: iya kayak game terbaru, musik, dan berita- berita terbaru

Pewawancara: di instagram juga bisa untuk menghasilkan uang seperti berjualan online atau endosersan, jadi apakah anda mendapatkan keuntungan di instagram?

Narasumber: saya belum pernah berjualan online di instagram

Pewawancara: jadi di igtv itu bisa mengupload videonya berdurasi lebih panjang, jadi kendala dalam mengakses igtv itu apa?

Narasumber: kendalanya ya menguras data seluler

Pewawancara: dengan media sosial lain seperti facebook, whatsapp dan twitter, apa yang yang ditonjolkan di igtv?

Narasumber: kalau dalam media sosial instagram berita- beritanya cepat keluar daripada media yang lain.

Pewawancara: jadi menurut anda juga apa kelebihan dari fitur-fitur igtv

Narasumber: kalau fitur di igtv berdurasi sangat panjang dan mengaksesnya lebih mudah dan konten selalu baru.

Pewawancara: jadi perbedaan igtv dengan tv konvensional seperti rcti, indosiar, sctv itu apa?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Narasumber:** kalau perbedaan tv konvensional dan igtv, kalau di igtv itu lebih praktis dan juga bisa dibawa kemana-mana sedangkan tv Cuma bisa nonton dirumah saja.

**Narasumber (2) : Eko Natrian**

**Jurusan: Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 25 November 2020**

**Pewawancara:** sebelumnya anda mempunyai akun instagram

**Narasumber:** iya saya punya

**Pewawancara:** disini saya akan bertanya mengenai instagram, selain instagram anda memiliki akun apa saja

**Narasumber:** selain instagram saya mempunyai whatsapp, facebook dan twitter

**Pewawancara:** diantara semua media yang anda sebutkan tadi, yang sering anda gunakan apa?

**Narasumber:** yang sering saya gunakan kebanyakan instagram, whatsapp, facebook

**Pewawancara:** sebelumnya apakah udah tau fitur-fitur yang ada di instagram

**Narasumber:** fitur- fitur yang saya tau di instagram ya seperti foto, igtv dan story ig

**Pewawancara:** selain yang ada sebutkan tadi seperti igtv, foto dan story ig, instagram itu kan sebagai informasi jadi para penggunanya itu lebih banyak menggunakan feed atau beranda mereka juga belum mengetahui tentang fitur igtv, jadi sebelumnya anda sudah tau konten-konten yang dimuat di igtv atau menggunakan igtv?



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: saya pernah mengupload konten di igtv karena mengupload di igtv bisa berdurasi lebih panjang daripada menyimpan diberanda atau galeri instagram

Pewawancara: jadi konten yang pernah anda upload di igtv itu apa?

Narasumber: iya yang pernah saya upload itu , ya salah satunya aktivitas waktu saya panjang tebing dan latihan restar

Pewawancara: apakah tujuan anda memaminkan igtv?

Narasumber: tujuan saya ya itu untuk menyimpan video yang saya anggap itu penting dan di igtv bisa tersimpan yang berdurasi sangat panjang

Pewawancara: menurut anda igtv mudah digunakan atau tidak?

Narasumber: menurut saya igtv itu sangat mudah digunakan karena tidak ribet untuk menggunakan igtv jadi untuk melihat story igtv orang juga sangat mudah

Pewawancara: menurut anda yang lebih mudah menggunakan feed atau beranda igtv atau story ig

Narasumber: ya yang lebih mudah story ig karena story ig itu Cuma mengupload dan langsung dikirim saja

Pewawancara: jadi menurut anda kan lebih mudah mengupload story ig, jadi menurut anda lebih mudah mana mangakses videonya difeed,igt atau story ig

Narasumber: untuk mengakses itu lebih mudah ya di story ig karena letak fitur nya diatas beranda instagram kalau mau melihat nya lebih mudah kalau di igtv kan harus dicari terlebih dahulu

Pewawancara: apakah menurut andah mudah dimengertidalam pemggunaannya



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: menggunakannya ya sangat mengerti dan juga sederhana, karena tidak terlalu banyak fitur yang ada di igtv

Pewawancara: apakah menurut anda konten dalam igtv memberikan informasi yang anda butuhkan?

Narasumber: ada beberapa informasi yang dibutuhkan yang terdapat di igtv dan ada juga konten yang tidak ada ilmunya ya seperti sesuatu yang masyarakat luas seperti masalah-masalah pembulian anak yang dibwa umur

Pewawancara: igtv itu banyak konten memasak, tutorial make up dan berita, apakah menurut anda yang disajikan di igtv buat anda mengerti dan mendapatkan informasi terbaru

Narasumber: kalau untuk informasi terbaru menurut saya tidak terlalu kenapa,karena informasi di instagram itu sendiri yang kita lihat yaitu teman-teman yang udak kita follow dan teman yang udah kita follow kita dan kalau untuk dimasyarakat luas itu tidak terlalu lah informasinya di igtv tersebut dan tidak terlalu banyak informasi – informasi terbaru di igtv tersebut.

Pewawancara: jadi kendala dalam mangakses igtv itu apa?

Narasumber: dalam mangakses ya durasi ya lebih dari 1 menit atau bisa lebih panjang jadi kendalanya cepat menguras kouta internet.

Pewawancara: dengan media sosial yang lain seperti facebook, whatshap dan twitter apa perbedaan yang ditonjolkan dalam igtv?

Narasumber: kalau facebook fitur-fiturnya lebih mendalam kalau instagram kayak di igtv itu ya biasa-biasa saja

Pewawancara: apa kelebihan fitur igtv menurut anda



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: kelebihan nya seperti penyimpananya videonya ya durasinya bisa lebih panjang

Pewawancara: apakah perbedaan dari igtv sama tv konvensional seperti rcti, indosiar,sctv

Narasumber: kalau perbedaannya ya sangat jauh karena kalau tv konvensionalitu terlalu banyak iklan,dan klau igtv itu praktik dan menarik dan tidak ada iklan.

**Narasumber (3): Fitri Fahzira**

**Jurusan: Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 23 November 2020**

Pewawancara: disini saya ingin bertanya seputar igtv sebelumnya mbak mempunyai instagram?

Narasumber: iya saya punya

Pewawancara: selain instagram akun apa saja yang mbak punya?

Narasumber: ya seperti facebook, twitter,line, whatshap itu aja sih mbak

Pewawancara: Jadi media yang sering mbak gunakan apa?

Narasumber: ya yang sering gunakan ya instagram, facebook, dan whatshap

Pewawancara: Disini kan di instagram udah ada beberapa fitur, jadi fitur yang mbak ketahui di instagram itu apa?

Narasumber: fitur yang saya saya ketahui itu ada ig story, ada igtv, live, dan feed atau beranda

Pewawancara: seperti yang mbak sebutkan tadi seperti ig story, igtv dan feed atau beranda yang sering mbak gunakan apa

Narasumber: iya yang sering saya gunakan ya ig story sama feed atau beranda



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pewawancara: kenapa mbak memilih ig story sama feed atau beranda ,kenapa tidak live dan igtv

Narasumber: kalau di igtv itu kan durasinya sangat panjang dan juga membutuhkan kouta yang banyak sedangkan di ig story itu sendiri kan Cuma15 detik dan sama hal nya klau difeedkan Cuma masukan foto itu aja.

Pewawancara: berarti mbak sering menggunakan ig story ya

Narasumber: iya mbak, kalau di igtv Cuma nonton igtv orang lain saja, itu pun jarang juga

Pewawancara; Mengenai igtv mbak bilang Cuma sekedar untuk menontonnya aja, apakah mbak pernah mengupload konten di igtv atau menggunakan igtv?

Narasumber: klau untuk mengupload konten di igtv pernah ya seperti cerita keseharian aja

Pewawancara: Tujuan mbak memainkan igtv itu apa?

Narasumber: sebetulnya kalau igtv itu karena durasinya sangat panjang dan sama kaya di youtube jadi untuk hiburan aja sih mbak

Pewawancara: Apakah di igtv mbak mendapatkan informasi yang dibutuhkan?

Narasumber: ada ya ,kayak misalkan saya sering lihat di igtv itu tentang siaran mata najwa kayak gitu aja sih mbak, tapi kalau kebanyakkan tidak dari dari igtv , tapi kalau mendapatkan informasi di igtv itu jarang

Pewawancara: Biasanya di instagram itu bisa juga menghasilkan uang seperti berjualan online dan endorsmen, apakah mbak mendapatkan keuntungan di instagram?

Narasumber: belum sih mbak, kalau jual di instagram itu pernah tapi hanya sebatas promosi



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pewawancara: Jadi Jualan apa yang pernah pernah mbak jual?

Narasumber: iya seperti jualan jasa antaran, jasa dekor, dan jualan makanan

Pewawancara: Apakah difitur igtv dapat mbak mengerti dan mendapatkan informasi terbaru yang disajikan dalam igtv?

Narasumber: iya kayak informasi seputar dan berita yang sedang viral

Pewawancara: Jadi kendala dalam mengakses igtv itu apa?

Narasumber: jadi ya kendalanya kouta internet kalau di igtv kan videonya itu durasinya sangat panjang daripada di ig story, kadang-kadang ig story ataupun feed sering lebih banyak informasi yang saya dapat daripada di igtv , tapi misalkan berita yang lagi buming seperti berita covid 19 dan penilaian seperti para ahli, kalau mau tau lebih detail nya ada di igtv, tapi kayak informasi-informasi singkatnya itu banyaknya difeed dan kalau lebih lengkapnya disajikan di igtv.

Pewawancara: Dengan media sosial yang lain seperti facebook whatshap, line, apa perbedaan atau keunggulan yang ditonjolkan diigtv?

Narasumber: kalau di igtv itu kan fiturnya ada di instagram terus dia juga ada diberanda dan lebih mudah mengaksesnya juga dan mudah dicari, diberanda kan ada fitur igtv jadi kita tinggal cari siapa kreatornya, kalau media sosial lain kan tidak bisa.

Pewawancara: Menurut mbak kelebihan dari igtv iu apa?

Narasumber: iya karena mudah diakses dan kita tinggal lihat siapa teratornya ada dipencarian dan langsung keluar.

Pewawancara: Menurut perbedaan igtv sama tv konvensional?

Narasumber: kalau tv konvensional siarannya hanya sekali tayang kalaudi igtvkita bisa lihat berkali-kali.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Narasumber (4): Gina**

**Jurusan: Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 30 November 2020**

Pewawancara: apakah anda memiliki media sosial yang selain instagram

Narasumber: iya gak punya

Pewawancara: saya akan melakukan wawancara mengenai igtv, di instagram ada beberapa fitur, apakah anda sebagai pengguna instagram mengetahui fitur-fitur yang tersedia di instagram

Narasumber: iya tau, tapi saya tidak pernah pakai

Pewawancara: iya fitur apa saja

Narasumber: igtv, insta story iya Cuma itu saja

Pewawancara: oh berarti anda sebagai penikmat saja

Narasumber: iya

Pewawancara: anda pernah menggunakan igtv sebelumnya

Narasumber: tidak pernah

Pewawancara: menurut anda apa perbedaan igtv sama fitur-fitur di instagram yang lain?

Narasumber: kalau igtv itu durasinya sangat panjang daripada insta story yang ada diberanda

Pewawancara: biasanya konten apa saja yang ditonton digtv

Narasumber: seperti memasak, make up challenge, trailer film sama drakor

Pewawancara: tujuan anda menggunakan igtv itu untuk apa

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau  
 Tattel Islamic University of Sultan Sa'arif Kasim Riau



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: kalau di igtv itu videonya panjang dan tidak perlu media lain dan tidak perlu lagi di google atau dimana, jadi tinggal buka ig story aja

Pewawancara: jadi secara tidak langsung anda mendapatkan informasi dari menonton igtv , biasanya informasi tersebut berguna gak bagi anda

Narasumber: sangat bermanfaat banyak ilmu dan banyak tau

Pewawancara: menurut anda apakah misalnya anda sebagai pengguna yang tidak hanya penikmai igtv tapi seperti mengupload konten menurut pandangan anda apakah di igtv itu para penggunaan fitur nya mudah atau tidak

Narasumber: mudah sih menurut saya

Pewawancara: tapi anda tidak pernah kan menggunakan nya

Narasumber: iya karena tidak pernah meggunakan igtv iy hanya menikmati saja

Pewawancara: kenapa

Narasumber: karena saya tidak suka bersosial media,iya saya suak menikmatinya aja dan tidak suka mengupload

Pewawancara: kan dimedia sosial pengertiannya kan sudah luas dari media sosial itu kan kita dapat terutama kan informasi dan anda sudah dapatkan dan bisa dapat menjadikan pundi gitu ya seperti endorsan , berjualan online anda tidak tertarik

Narasumber: kayaknya belum karena masih ada kesibukan lain

Pewawancara:kendala yang biasanya didapat dari igtv apa?

Narasumber: kalau jaringan nya bagus ya oke-oke aja sih walaupun lama tapi saya suka ya nonton memasak, tutorial make up

Pewawancara: biasanya yang paling lama durasinya itu berapa mbak



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: setengah jam

Pewawancara: gini informasi yang anda dapatkan seputar hobi, kalau misalnya diinstagramitu kayak ada informasi tentang berita-berita yang sedang terjadi sekarang atau yang lagi viral anda termasuk seorang yang sering cari kontennya di igtv atau tidak

Narasumber: biasanya saya tidak cari, tapi di igtv nya nana najwa shihab biasanya ada ,tapi ada difeed pasti saya nonton, walaupun panjang kalau ada difeed seperti nana najwa shihab dan aiwan bijaksono pasti saya nonton

Pewawancara: menurut mbak sebagai penikmat, apakah kelebihan instagram dibandingkan dengan media yang lain seperti twitter, facebook. Kalau instagram apa kelebihanannya menurut mbak terkhususnya igtv bukannya fitur yang ada diinstagram tapi dengan media yang lain?

Narasumber: kayaknya saya tidak tau dan saya hanya mainkan instagram aja

Pewawancara: kalau dengan konvensional apa mbak

Narasumber: kalau nonton tv konvensional tidak ada waktu gak bisa nonton, jadi semuanya hanya nonton nya diinstagramkarena semuanya lengkap disana.

Pewawancara: jadi secara waktu instagram lebih unggul daripada tv konvensional

Narasumber: iya mbak



**Narasumber (5): Nita Apriyani**

**Jurusan : Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 22 November 2020**

Pewawancara: disini saya ingin bertanya seputar igtv, sebelumnya mbak akun instagram?

Narasumber: iya punya

Pewawancara: sayak akan bertanya mengenai sosial media terutama instagram, selain instagram mbak menggunakan akun apa saja?

Narasumber: facebook, twitter, telegram, sama whatshap itu saja

Pewawancara: diantara media sosial yang mbak punya ,jadi yang mbak gunakan itu apa mbak?

Narasumber: iya instagram

Pewawancara: apakah mbak tahu fitur-fitur yang ada di instagram itu apa saja?

Narasumber: live ,feed, story, sama igtv mungkin saja mbak

Pewawancara: instagram itu sebagai informasi,dan instagram punya fitur live, feed atau beranda dan igtv, jadi para pengguna instagram kebanyakan menggunakan fitur di feed mereka banyak belum tahu tentang fitur igtv, apakah sebelumnya mbak sudah tau konten-konten yang dimuat digtv atau menggunakan igtv?

Narasumber: belum, tapi untuk menggunakan udah pernah Cuma tidak memperhatikan karena hanya lihat sekilas

Pewawancara: berarti mbak sebagai pengguna dan penikmat saja ya mbak

Narasumber: iya mbak

Pewawancara: apakah mbak pernah mengupload konten di igtv?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: belum pernah mbak , karena saya kan hanya sebagai pengguna dan penikmat

Pewawancara: sebagai pengguna apa tujuan mbak dalam memainkan igtv?

Narasumber: hanya sebagai hiburan dan mencari informasi seperti memasak, hiburan selebriti, kontenkonten seleb

Pewawancara: menurut mbak penggunaan igtv mudah digunakan atau tidak?

Narasumber: mudah

Pewawancara: kalau untuk menonton mudah ya tapi untuk mengupload belum pernah ya, dan menurut mbak lebih mudah mana mengakses igtv ,feed ,atau instagram maksudnya dalam artiaan penggunaannya itu sebenarnya fitur yang paling bagus itu igtv, live, atau feed?

Narasumber: lebih mudah feed

Pewawancara: biasanya igtv itu juga keluar difeed apakah sering keluar atau tidak?

Narasumber: yang lebih sering keluar di feed itu ya live sama story tapi kalau igtv itu jarang karena juga tidak banyak penggunanya

Pewawancara: biasanya informasi yang mbak dapatkan setelah menonton igtv itu gimana, maksudnya gini kan setelah mbak menonton igtv terus kan nanti misalnya mbak nonton konten masak, musik atau slebriti itu bisa menambah wawasan, informasi atau bisa meningkatkan kreativitas tidak?

Narasumber: meningkatkan kreativitas juga bisa, untuk mendapatkan informasi udah pasti soalnya kan kayak konten memasak atau yang lain-lain gitu kan dapat menambah ilmu dan wawasan lagian juga kalau igtv banyak juga konten-konten yang viral misalnya kayak demo atau situasi demo.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**Pewawancara:** berarti dalam artian ada manfaat yang bisa mbak dapat setelah mengakses igtv ya , jadi menurut mbaksendri kan media sosial dengan seperti berbeda seperti penyajian, cara mengakses itu lebih enak nonton di tv atau lihat di igtv?

**Narasumber:** kalau misalnya nonton di tv kan punya kekurangan masing-masing , kalau untuk di tv misalnya kita lihat cari informasi untuk cari berita kalau saya lebih memilihnya cari kontennya di tv karena tv konvensional lebih dijelaskan faktanya karena udah ada undang-undang yang ngatur udah susunan informasi yang hoak-hoak kan udah jelas , kalau di igtv kan kita tidak tahu siapa yang upload apakah informasi nya itu fakta tau hoak kan kita tidak tahu mbak.

**Narasumber (6): Nike Adriyani**

**Jurusan: Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 22 November 2020**

**Pewawancara:** disini apakah anda mempunyai media sosial?

**Narasumber:** iya punya

**Pewawancara:** media sosial apa saja yang anda miliki?

**Narasumber:** saya punya facebook, twitter, whatsapp telegram sama instagram

**Pewawancara:** jadi diantara media sosial yang ada sebutkan tadi , yang sering anda gunakan itu apa ?

**Narasumber:** kalau untuk sekarang saya lebih sering menggunakan instagram

**Pewawancara:** jadi di instagram itu fitur-fitur apa yang ada ketahui?

**Narasumber:** kalau gak salah yang saya ketahui ig story ,beranda seperti berisi foto video, live, terus ada igtv

**Pewawancara:** jadi apakah anda pernah mengunggah konten di igtv atau tidak?



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Narasumber:** saya belum pernah mengunggah konten di igtv tapi saya sering nonton igtv orang untuk mengunggah konten sendiri belum pernah

**Pewawancara:** jadi tujuan anda memainkan igtv itu apa?

**Narasumber:** Cuma untuk melihat misalnya saya senang lihat konten masak kalau igtv kan biasanya durasinya lebih panjang kalau misalnya lihat konte masak atau jahit atau artis-artis kan lebih panjang daripada video yang ada difeed atau beranda kalau hanya untuk hiburan saja

**Pewawancara:** jadi didalam igtv itu mendapatkan informasi atau tidak?

**Narasumber:** iya saya bisa dapat tapi kalau misalnya kayak tentang isu-isu yang hangat kayak politik atau agama saya tidak percaya dari igtv yang paling saya percaya lihat itu infomasi, kalau informasi dalam bentuk isu-isu jarang lihat karena saya tidak percaya takutnya itu hoak, tapi kalau misalnya kayak memasak, musik enak bisa menambah wawasan dan juga meningkatkan kerativitas saya juga karena saya suka masak.

**Narasumber (7): Leni**

**Jurusan: Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 01 Januari 2021**

**Pewawancara:** sebelumnya saya ingin tanya seputar igtv, apakah mbak memiliki media instagram

**Narasumber:** iya saya punya

**Pewawancara:** selain instagram media apa yang mbak punya

**Narasumber:** iya seperti facebook, telegram, whatshap

**Pewawancara:** jadi yang sering mbak gunakan iya apa

**Narasumber:** instagram



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pewawancara: di instagram ada beberapa fitur, jadi fitur- fitur apa yang mbak ketahui di instagram?

Narasumber: fitur gambar, video salah satunya igtv

Pewawancara: apakah mbak pernah mengupload konten di igtv atau menonton igtv?

Narasumber: tidak pernah mengupload tapi menonton saja

Pewawancara: konten apa saja yang pernah mbak tonton di igtv?

Narasumber: biasanya tutorial make up, hijab, bahkan memasak dan tentang berita-berita orang tersebut

Pewawancara: kenapa tidak pernah mengupload konten di igtv?

Narasumber:karena saya tidak punya konten yang untuk diupload

Pewawancara: jadi tujuan mbak memainkan igtv itu apa?

Narasumber:hanya ingin mengetahui informasi atau berita yang menurut saya menarik

Pewawancara: jadi mbak mendapatk informasi atau tidak?

Narasumber: iya tentu saja informasi berupa resep makanan,atau tutorial hijab dan make up atau bahkan tentang berita yang lagi hits atau lagi viral pada sekarang ini

Pewawancara: jadi berita apa yang lagi viral sekarang mbak

Narasumber:ya seperti berita covid 19 atau tentang kekerasan dan lain-lain.

Pewawancara:menurut mbak igtv itu muah digunakan atau tidak

Narasumber: ya tentu saja dengan hanya hp dan menggunakan media sosial instagram kita bisa mendapatkan informasi



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pewawancara: menurut mbak lebih mudah mana mengakses nya di feed, atau digtv

Narasumber: iya kalau untuk lebih mudah nya ya difeed sama digtv asalkan jaringan nya bagus

Pewawancara: jadi di instagram itu yang lagi tren itu kan seperti berjualan online atau mendapat endorsan,apakah mbak mendapat keuntungan dari instagram?

Narasumber: tidak karena saya tidak punya konten untuk itu yang jelas saya menggunakan instagram hanya sebatas hiburan dan mendapatkan informasi

Pewawancara: jadi kedala saat mbak memainkan igtv itu apa

Narasumber: iya menurut saya tidak ada

Pewawancara:jadi dengan media sosial yang lain seperti facebook, twitter dan telegram , menurut mbak yang ditonjolkan di igtv

Narasumber: karena menurut saya videonya berdurasi lebih panjang ,banyak para konten kreator lebih mendahulukan instagram igtv untuk mensharing kontennya daripada media lainnya.

Pewawancara: menurut mbak apa perbedaan dari igtv sama tv konvensional ya seperti rcti,indosiar dan setv itu apa perbedaannya?

Narasumber:kalau igtv itu mungkin lebih kreatif karena dia tidak ada batasan,dan tidan yang membatasi berita ataupun informasi yang ada di igtv. Kalau kan sedangkan tv konvensional sudah ada batasan-batasan berita nya dan menampilkan informasi nya.

**Narasumber (8): Fahmi**

**Jurusan : Ilmu Komunikasi**



**Tanggal: 01 Januari 2021**

Pewawancara: saya akan bertanya seputar igtv, sebelumnya apakah abang memiliki instagram

Narasumber: iya saya punya

Pewawancara: media sosial apa yang anda miliki selain instagram

Narasumber: iya seperti facebook, twitter, telegram, whatshap kalau zaman jadinya framester

Pewawancara: diantara semua media sosial yang anda sebutkan tadi yang sering anda gunakan apa?

Narasumber: whatshap

Pewawancara: tapi sebelumnya tau kan apa itu igtv

Narasumber: iya tau

Pewawancara: ini masih seputar instagram, fitur-fitur apa saja yang diketahui dari instagram

Narasumber: sama ya, kalau misalnya saya lihat dari instagram kurang lebih hampir sama, tapi kelebihan dari instagram saya tau yang ada igtv nya seperti kayak buat akun upload video-videonya, tapi hampirimbang dengan facebook dan lebih modernnya instagram, lebih hits jatuhnya.

Pewawancara: sebelumnya pernah menggunakan igtv

Narasumber: pernah beberapa kali, tapi tidak sering

Pewawancara: apakah dalam menggunakan igtv itu ada kendala seperti susah mengupload

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: kalau kendala tidak ada Cuma palingan iya itu tadi untuk menguploadnya butuh waktu

Pewawancara: sebelumnya pernah upload di igtv gak

Narasumber: pernah

Pewawancara: biasanya konten apa yang diupload di igtv

Narasumber: iya tentang olahraga karena berhubungan guru olahraga jadi saya masukkan dan saya upload tentang kesehatan salah satunya berolahraga permainan ataupun sejenis olahraga

Pewawancara: selain mengupload kan pernah menonton dan biasanya kan di igtv banyak-banyak konten ya seperti memasak, atau berita, selain konten yang biasanya anda upload, biasanya yang anda tonton apa

Narasumber: saya orangnya fleksibel, selain kekinian saya juga hobi lihat berita-berita, fashion, tapi yang lebih enak nya ya lihat berita-berita terkini yang ada informasinya.

Pewawancara: berarti bisa dikatakan di igtv itu bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan

Narasumber: iya betul

Pewawancara: biasanya dalam mencari informasi yang dibutuhkan susah atau tidak dalam mengaksesnya

Narasumber: tidak, tinggal browsing aja

Pewawancara: di instagram sendiri kan sekarang lagi tern bisa untuk menghasilkan uang seperti dapat endorsmen atau jualan online , apakah anda salah satu pengguna yang mendapatkan keuntungan dari instagram

Narasumber: kalau untuk saat ini belum, tapi bakalan insyallah



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Pewawancara:** fitur dalam igtv itu dalam penggunaannya mudah , tadi kan anda bilang udah pernah mengupload susah gak dalam penguploadannya

**Narasumber:** kalau untuk uploadnya tidak susah, tapi untuk mencari kontennya yang susah

**Pewawancara:** apakah informasi yang disajikan dalam igtv buat mengerti dan mendapatkan informasi-informasi terbaru

**Narasumber:** bisa jadi, tergantung konten apa yang kita cari kalau kontennya yang berbobot.

**Pewawancara:** itu mendapatkan informasi terbaru gak

**Narasumber:** iya

**Pewawancara:** menurut anda sendiri apa perbedaan instagram dengan media sosial yang lain khususnya igtv

**Narasumber:** kalau bisa dibilang igtv itu lebih gampang mengaksesnya, kemudian menarik ya seperti kita nonton tv pokoknya, cari konten misalnya kita mau nonton kita tidak susah mengaksesnya, kalau igtv apa yang kita cari udah ada disana

**Pewawancara:** berarti lebih beragam

**Narasumber:** iya

**Pewawancara:** menurut anda sendiri kan igtv durasinya panjang seperti kita nonton di tv konvensional atau di youtube, menurut anda sendiri apa perbedaan yang mendasar antara igtv sama tv konvensional?

**Narasumber:** ketika nonton ditv sama nonton di igtv adalah filmya, kalau ditv kita nonton nya Cuma itu –itu aja kalau di igtv lebih bervariasi dan yang terbaru dan biasanya orang belum menonton mulai penasaran mau



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

cari dimana tinggal buka igtv ya langsung ada kalau ditv belum tentu ditayangkan dan digtv itu sendiri tanpa iklan

**Narasumber (9): Bella**

**Jurusan: Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 01 Januari 2021**

**Pewawancara:** sebelumnya saya ingin tanya seputar igtv ,apakah sebelumnya anda mempunyai media instagram

**Narasumber:** iya saya punya

**Pewawancara:** selain media instagram media apa saja yang mbak punya

**Narasumber:** telegram, whatsapp, sama facebook

**Pewawancara:** jadi yang diantara yang mbak sebutkan tadi yang sering mbak gunakan apa?

**Narasumber:** whatsapp sama instagram

**Pewawancara:** di instagram kan ada beberapa fitur ya seperti beranda, live dan igtv, jadi diantara fitur – fitur yang ada di instagram tadi yang sering mbak gunakan apa?

**Narasumber:** iya saya menggunakan igtv

**Pewawancara:** di igtv apakah mbak pernah mengupload konten di igtv atau menonton igtv

**Narasumber:** iya pernah

**Pewawancara:** konten yang pernah mbak tonton di igtv itu apa saja?

**Narasumber:** seperti berita yang ada diluar negeri dan hiburan ya seperti menyanyi

**Pewawancara:** jadi tujuan mbak memainkan igtv itu apa?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: iya tidak ada hanya sebatas hiburan saja

Pewawancara: disini mbak hanya sebagai pengguna , dan menurut mbak igtv itu mudah digunakan atau tidak?

Narasumber: iya sebagian mudah digunakan tapi sesuai dengan jaringannya, kalau jaringannya bagus pasti udah dibuka

Pewawancara: kenapa menurut mbak igtv itu mudah digunakan

Narasumber:sebagian itu untuk pelajaran ada juga sebagai hiburan dan juga mendapatkan informasi

Pewawancara: didalam fitur instagram ya seperti live, beranda dan igtv, menurut yang mudah digunakan apa?

Narasumber: iya live sama igtv

Pewawancara: jadi di instagram itu kita juga bisa untuk menghasilkan uang ya seperti berjualan online dan mendapatkan endorsan apakah mbak salah satu orang yang mendapatkan keuntungan di instagram?

Narasumber: iya saya belum pernah untuk berjualan online di instagram

Pewawancara: jadi menurut kendala mbak memainkan igtv itu apa?

Narasumber: iya menurut saya tidak ada kendala itu tergantung jaringan nya aja kalau jaringan nya bagus atau lancar- lancar aja ya enak untuk menontonnya kalau jaring nya kurang bagus ya susah untuk dibuka

Pewawancara: menurut mbak ngerti tidak mengupload konten di igtv?

Narasumber: belum pernah coba ,mungkin kalau dicoba sekali bisa belajar-belajar

Pewawancara: dimedia sosial lain seperti facebook, whatshap, dan lain- lain, apa yang ditonjolkan dalam igtv dengan dengan media sosial lain?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Narasumber: kalau facebook hampir sama dengan instagram tapi di intanram lebih mendunia dan masih bisa diprivat

Pewawancara: menurut apa kelebihan diigtv

Narasumber: iya berdurasi lebih panjang dan juga bisa mendapatkan informasi terbaru

Pewawancara: menurut mbak perbedaan dari igtv sama tv konvensional itu apa?

Narasumber: kalau tv konvensional dibatasi dengan adanya iklan sedangkan igtv itu tanpa iklan dan juga praktis dan kontennya lebih menarik.

**Narasumber (10): Zahra**

**Jurusan: Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 01 Januari 2021**

Pewawancara: sebelumnya saya ingin tanya seputar igtv ,apakah sebelumnya anda mempunyai media instagram

Narasumber: iya saya punya

Pewawancara: selain media instagram media apa saya yang mbak punya

Narasumber: telegram, whatshap, sama line

Pewawancara: jadi yang diantara yang mbak sebutkan tadi yang sering mbak gunakan apa?

Narasumber: whatshap sama instagram

Pewawancara: di instagram kan ada beberapa fitur , jadi fitur-fitur apa aja yang mbak ketahui di instagram?

Narasumber: iya yang saya ketahuicuma igtv aja

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pewawancara: di igtv apakah mbak pernah mengupload konten di igtv atau menonton igtv

Narasumber: kalau untuk mengupload igtv belum pernah tapi kalau untuk menonton igtv pernah

Pewawancara: konten yang pernah mbak tonton di igtv itu apa saja?

Narasumber: ya seperti tutorial make up sama diawya itu aja sih mbak

Pewawancara: jadi tujuan mbak memainkan igtv itu apa?

Narasumber: iya untuk seru-seruan aja

Pewawancara: didalam konten igtv menurut mbak apakah mbak mendapatkan informasi atau tidak?

Narasumber: kadang kala saya mendapatkan informasi iya tentang pelajaran ya seperti pejuang-pejuang tpr

Pewawancara: disini mbak hanya sebagai pengguna , dan menurut mbak igtv itu mudah digunakan atau tidak?

Narasumber: iya mudah

Pewawancara: kenapa menurut mbak igtv itu mudah digunakan

Narasumber: karena durasinya lebih panjang

Pewawancara: didalam fitur instagram ya seperti live, beranda dan igtv, menurut yang mudah digunakan apa?

Narasumber: ig story karena itu yang lebih mudah mengaksesnya

Pewawancara: jadi di instagram itu kita juga bisa untuk menghasilkan uang ya seperti berjualan online dan mendapatkan endorsan apakah mbak salah satu orang yang mendapatkan keuntungan di instagram?

Narasumber: iya saya belum pernah mbak untuk berjualan online



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pewawancara: jadi menurut kendala mbak memainkan igtv itu apa?

Narasumber: menurut saya sih tidak ada mbak

Pewawancara: dimedia sosial lain seperti facebook, whatshap, dan lain- lain, apa yang ditonjolkan dalam igtv dengan dengan media sosial lain?

Narasumber: kalau igtv lebih kualitasnya dan durasi lebih panjang

Pewawancara: menurut mbak perbedaan dari igtv sama tv konvensional itu apa?

Narasumber: kalau tv konvensional banyak yang dipotong-potong dan dibatasi dengan adanya iklan sedangkan igtv itu tanpa iklan dan lebih praktis.

**Narasumber (11): Lidia**

**Jurusan: Ilmu Komunikasi**

**Tanggal: 01 Januari 2021**

Pewawancara: sebelumnya saya ingin tanya seputar igtv ,apakah sebelumnya anda mempunyai media instagram

Narasumber: iya saya punya akun instagram

Pewawancara: selain media instagram media apa saya yang mbak punya

Narasumber: telegram, whatshap, facebook

Pewawancara: jadi yang diantara yang mbak sebutkan tadi yang sering mbak gunakan apa?

Narasumber: whatshap ,telegram, instagram, tapi kalau instagram tidak terlalu kali

Pewawancara: di instagram kan ada beberapa fitur ,jadi apakah mbak tau fitur-fitur yang ada diinstagram?

Narasumber: iya saya mengenal beberapa tapi tidak terlalu kali



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pewawancara: jadi fitur- fitur apa yang mbak tau?

Narasumber: iya seperti ig story sama igtv

Pewawancara: apakah mbak pernah mengupload konten di igtv?

Narasumber: iya saya belum pernah mengupload konten di igtv karena di igtv itu kayak video dan kurang untuk video tersebut terus memang tidak ada minat di igtv tersebut kayak video kayak gitu kecuali kalau untuk menonton saja

Pewawancara: jadi tujuan mbak memainkan igtv itu apa?

Narasumber: karena saya sebagai penonton saya hanya untuk menikmati saja , kadang kan ada igtv itu sebagai berita, vlog harian, jadi hanya sekedar lihat saja, tapi kalau untuk berita bagus lah.

Pewawancara: jadi berita apa saja yang ketahui

Narasumber: iya kayak CNN berita macanegara, indonesia, kayak kasus-kasus seksual dana lain-lain

Pewawancara: disini mbak hanya sebagai pengguna , dan menurut mbak igtv itu mudah digunakan atau tidak?

Narasumber: iya kalau bisa dibilang mudah digunakantapi tergantung dengan jaringan juga kadang kalau jaringan tidak mendukung igtv tidak bisa dibuka

Pewawancara: menurut mbak apakah didaam konten igtv itu mbak mendapatkan informasi yang mbak butuhkan?

Narasumber: iyakalau dibilang dapat apalagi tentang berita- berita,habis itu ya memang gak ada lagi untuk menonton tv sekarang semuanya udah ada media sosial ya seperti yuotube, igtv pun juga membantu

Pewawancara: didalam fitur instagram ya sering mbak gunakan itu apa?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Narasumber: rata-rata semua tapi kayak di igtv lebih ke informasi ya kayak reedem

Pewawancara: jadi menurut kendala mbak memainkan igtv itu apa?

Narasumber: iya menurut saya jaringannya kalau untuk mengakses konten igtv

Pewawancara: di media sosial lain seperti facebook, whatsapp, dan lain-lain, apa yang ditonjolkan dalam igtv dengan media sosial lain?

Narasumber: kalau igtv durasinya lebih panjang iya melebihi 10 menit atau pun lebih dan igtv juga bisa membantu dan hampir sama dengan youtube, kalau facebook itu cuma terbatas apalagi whatsapp sama telegram cuma bisa lihat story aja.

Pewawancara: menurut apa kelebihan di igtv

Narasumber: iya berdurasi lebih panjang dan juga bisa mendapatkan informasi dan hal-hal yang kita tidak tahu jadi tau dan kayak berita, vlog kadang ada di igtv

Pewawancara: menurut mbak perbedaan dari igtv sama tv konvensional itu apa?

Narasumber: kalau igtv itu lebih menarik daripada tv konvensional, kalau mengaksesnya kan kita sering pakai hp jadi aksesnya lebih mudah kalau tv kan kita jarang nonton juga