



NOMOR SKRIPSI
6183/KOM-D/SD-S1/2023

**KREATIVITAS @KABARDURI DALAM PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT
KOTA DURI**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

EVI DAYANTI
NIM. 11940323945

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023

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.



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

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 : Evi Dayanti
NIM : 11940323945
Judul : Kreativitas @kabarduri Dalam pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Duri

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

Hari : Rabu
Tanggal : 15 November 2023

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

Pekanbaru, 20 November 2023



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

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Firdaus El Hadi, S. Sos, M. Soc. Sc
NIP.19761212 200312 1 004

Mustafa, M. I.Kom
NIK. 130 417 024

Penguji III,

Penguji IV,

Dr. Musfialdy, S. Sos, M. Si
NIP.19721201 200003 1 003

Julis Surlani, M. I.Kom
NIK. 130 417 019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

KREATIVITAS @KABARDURI DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MASYARAKAT KOTA DURI

Disusun Oleh:

Evi Dayanti

11940323945

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 23 Oktober 2023

Pembimbing,

Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A.

NIP. 19890619 201801 1 004

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.

NIP. 19810313 201101 1 004

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 Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 21 November 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Evi Dayanti

NIM : 11940323945

Tempat/Tgl. Lahir : Duri, 29 Desember 1999

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

**KREATIVITAS @KABARDURI DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI MASYARAKAT KOTA DURI**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 21 November 2023

Yang membuat pernyataan



Evi Dayanti

NIM. 11940323945

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Evi Dayanti
NIM : 11940323945
Judul : Kreativitas @kabarduri Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Duri

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : JUM'AT
Tanggal : 16 JUNI 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 16 Juni 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,


Assyari Abdullah, M. I.Kom
NIP. 130417023

Penguji II,


Rusyda Fauzana, M. Si
NIP.198405042019032011

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 23 Oktober 2023



UIN SUSKA RIAU

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 : Evi Dayanti
NIM : 11940323945
Judul Skripsi : Kreativitas @kabarduri Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Duri

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.I.Kom.)

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

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

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, M.A.

NIP. 19890619 201801 1 004

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.

NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



ABSTRAK

Nama : Evi Dayanti
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Kreativitas @Kabarduri dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Duri

Akun instagram @kabarduri merupakan akun pemberitaan yang menyajikan beragam informasi seputar Kota Duri dan telah menjadi salah satu media pemenuhan kebutuhan informasi yang diminati terutama bagi masyarakat Kota Duri. Akun @kabarduri memiliki banyak *followers* serta konten yang diunggah menuai cukup banyak apresiasi berupa like dan komentar. Tujuan penelitian yaitu menelaah kreativitas @kabarduri dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Duri. Metode penelitian yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan pada akun media sosial instagram @kabarduri terdapat beberapa tahap kreatifitas terdiri dari beberapa aspek; *pertama* persiapan dengan melakukan riset dan pencarian referensi dalam memperoleh data yang valid dan akurat melalui kerjasama dengan jurnalis dan metode monitoring. *Kedua* inkubasi yang dilakukan untuk menentukan ide dan konsep yang tepat dalam mengelola informasi yang telah didapatkan melalui riset dan pengumpulan referensi. *Ketiga* iluminasi melakukan validitas kebenaran informasi terhadap kecocokan antara data dengan kejadian nyata melalui riset ulang serta masukan dan pernyataan audiens yang mengetahui detail informasi yang relevan. *Keempat* verifikasi yang dilakukan pemeriksaan akhir oleh pemimpin redaksi sebelum informasi diangkat untuk meminimalisir terjadinya kesalahan dan kekurangan sebelum konten diunggah serta melakukan evaluasi.

Kata Kunci : Informasi, Instagram, Kreativitas, Media Sosial.

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. 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 : Evi Dayanti
Department : Communication Science
Title : Creativity's @Kabarduri in Fulfilling the Information Needs of the Duri City Community

The Instagram account @kabarduri is a news account that provides various information about Duri City and has become one of the media to fulfill information needs that are of interest, especially to the people of Duri City. The @kabarduri account has many followers and the uploaded content has received quite a lot of appreciation in the form of likes and comments. The aim of the research is to examine @kabarduri's creativity in fulfilling the information needs of the people of Duri City. The research method is descriptive qualitative using interview, observation and documentation data collection techniques. The research results found that on the Instagram social media account @kabarduri there are several stages of creativity consisting of several aspects; First, prepare by conducting research and searching for references to obtain valid and accurate data through collaboration with journalists and monitoring methods. The second incubation was carried out to determine appropriate ideas and concepts for managing information that had been obtained through research and collecting references. The three illuminations validate the truth of the information regarding the match between the data and real events through re-research as well as input and statements from the audience who know the relevant details of the information. The four verifications are carried out by a final check by the editor-in-chief before the information is published to minimize the occurrence of errors and deficiencies before the content is uploaded and carry out evaluations.

Keywords : Information, Instagram, Creativity, Social Media.



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.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabbi lalamin, puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT serta Shalawat beriring salam kepada junjungan alam Nabi Muhammad *Salallahu Alaihi Wasallam* yang telah menyerukan umat manusia kearah kebenaran. Skripsi dengan judul “*Kreativitas @Kabarduri dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Duri*” merupakan hasil karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam upaya menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan, dukungan, doa serta segala hal dari berbagai pihak, terutama untuk kedua orang tua terkasih, Bapak **Surip** dan Ibunda **Sulastri** yang telah memberikan kasih sayang, dukungan serta do’a sehingga penulis bisa berada dititik ini. Kemudian dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini, tentunya penulis memiliki keterbatasan ilmu dan pengetahuan, sehingga penulis dengan lapang dada dan hati terbuka menerima berbagai masukan, kritik, dukungan dan bantuan akan penelitian di masa yang akan datang. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M. Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M. Ag. Selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas’ud Zein, M.Pd. Selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Edi Erwan, S. Pt., M. Sc., Ph.D. selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Imron Rosidi, S. Pd., MA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag. selaku WD I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si. WD II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag. selaku WD III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Artis, M.I.Kom, Selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan 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.

9. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku Penasehat Akademik. Terimakasih atas arahan yang diberikan kepada penulis, semoga kebaikan bapak terhitung amal jariyah dan dibalas Allah SWT. Aamiinn.
10. Bapak Hayatullah Kurniadi, S.I.Kom, MA, Selaku Pembimbing Skripsi. Terimakasih telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal jariyah dan dibalas Allah SWT. Aamiinn.
11. Terima kasih kepada pihak @kabarduri dan para informan yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan bantuan berupa data dan dukungan penuh kepada penulis.
12. Serta semua pihak yang terlibat dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
13. Dan terakhir, **terimakasih kepada diri sendiri** yang terus bertahan dan tidak pernah menyerah.

Pekanbaru, 20 Oktober 2023
Penulis,

Evi Dayanti
NIM. 11940323945



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

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Terdahulu	10
B. Landasan Teori	13
C. Kerangka Berfikir	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Sumber Data	31
D. Informan Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Validitas Data	33
G. Teknik Analisis Data	34



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	35
A. Kabar Duri	35
B. Tampilan Fisik Instagram Kabarduri	37
C. Karakteristik <i>Followers</i> Kabarduri	37
D. Kreativitas @kabarduri	39
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan	55
BAB VI PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @infoduri, @infowargaduri, dan @kabarduri4

Gambar 1.2 Contoh postingan @kabarduri 5

Gambar 4.1 Profil Instagram Kabarduri.....37

Gambar 4.2 Instagram Story Kabarduri37

Gambar 4.3 Instagram Reels Kabarduri 37

Gambar 4.4 Instagram Feed Kabarduri37

Gambar 4.5 Insight Kabarduri.....38

Gambar 4.6 Audiens Kabarduri38

Gambar 4.7 Instastory @kabarduri39

Gambar 4.8 Feed Instagram @kabarduri40

Gambar 4.9 Instastory Instagram @kabarduri41

Gambar 5.1 Postingan @kabarduri46

- 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 TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan akun @kabarduri dan akun lainnya.....	3
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	32



- 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 BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pikir	29
--------------------------------	----



- 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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Wawancara.....	73
Lampiran 2 Foto Dokumentasi.....	76
Lampiran 2 Hasil Turnitin.....	78



- 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

Kemajuan teknologi globalisasi yang pesat telah membawa perubahan sosial yang signifikan dan banyak manfaat. Internet dan media sosial adalah dua contoh kemajuan teknologi tersebut. Internet hampir menjadi kebutuhan manusia saat ini. Terbukti Indonesia termasuk salah satu negara yang pertumbuhan internetnya sangat pesat. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), adalah 171,17 juta dari total penduduk 264,16 juta, maksudnya jika tampak data tahun 2017, 64,8% dari penduduk di Indonesia menggunakan Internet. Pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 10,2% dari sebelumnya 54,68%.¹

Manusia memiliki kebutuhan untuk menjalani kehidupannya. Secara alami, ada banyak jenis kebutuhan. Setiap orang mempunyai kebutuhan hidup yang bervariasi demi kelangsungan hidup, seperti dengan bagaimana orang perlu makan dan minum untuk menghindari lapar atau haus. Kebutuhan penting hidup manusia salah satunya ialah kebutuhan akan informasi. Informasi mutlak diperlukan untuk kehidupan sehari-hari. Informasi diperlukan untuk hal-hal seperti memenuhi kebutuhan, bersenang-senang, belajar, mengambil keputusan, dan sebagainya. Selain memberikan wawasan dan pengetahuan, informasi diperlukan untuk pembenaran atau koreksi peristiwa, prediksi keadaan di masa depan, dan lainnya. Orang secara naluriah akan mencari informasi yang memenuhi kebutuhan mereka.² Fakta dari Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa 9 dari 10 orang yang menggunakan internet cenderung minat dan suka mencari

¹ Auvia Inayati, "Efektivitas Akun Instagram Wargabanua Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Kalimantan Selatan (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNISKA Banjarbaru)," 2020.

² Afifatul Laili, Garnis Dewi Rahmawati, and Lizha Dzalila, "Efektivitas Akun Instagram @JAKPOSTIMAGES Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 10, no. 2 (2021): 101–9, <https://doi.org/10.33366/jisip.v10i2.2248>.

informasi di media sosial, yang memberikan cara yang lebih cepat bagi masyarakat umum untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi melalui internet.³

Sesuai dengan kemampuan pengguna media sosial, berbagai platform seperti YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, dan Google telah bermunculan di zaman sekarang ini. Besarnya jumlah pengguna pada masing-masing situs jejaring sosial tersebut menunjukkan pesatnya pertumbuhan media sosial. Di Indonesia, Instagram sekarang merupakan platform media sosial yang salah satunya paling banyak digunakan masyarakat. Instagram merupakan salah satu media sosial sebagai platform bisnis. Instagram ialah platform media sosial yang memiliki pertumbuhan paling cepat dan pesat di dunia pada masa ini. Hasil survey menurut NapoleonCat, Instagram berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna paling banyak media sosial di Indonesia yang mencapai 109.331.200 pengguna pada April 2023, yang merupakan 39,1% dari seluruh populasinya.⁴ Beberapa kota di Indonesia merespon positif hal ini. Bahkan, saat ini hampir setiap kota di Indonesia memiliki akun Instagram yang dikelola baik oleh pemerintah secara langsung maupun oleh masyarakat di luar pemerintah.⁵ Tak terkecuali kota Duri.

Duri adalah ibu kota Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau, Indonesia. Duri berada di jalan raya Trans-Sumatera. Kecamatan Mandau merupakan kecamatan yang paling tua. Duri merupakan daerah yang sangat heterogen penduduknya. Majemuk dalam hal ras, agama, profesi dan budaya, dimana keberanekaragaman etnis dan suku bangsa yang ada di dalam masyarakat mempunyai nilai-nilai kehidupan yang mana nilai-nilai kehidupan itu berbaur menjadi satu dalam kehidupan masyarakat menghasilkan suatu tata nilai baru. Nilai baru yang timbul ada kalanya bersifat

³ Muhammad Fauzi Rohimat Desfiana and Satya Indra Karsa, "View of Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *Riset Manajemen Komunikasi* 1 (2021): 23–29, <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRMK/article/view/66/76>.

⁴ NapoleonCat.com, <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/04/> Diakses pada 20 Agustus 2023.

⁵ Siska Herawati, "Efektifitas Akun Instagram @lokerpalembang terbaru Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Masyarakat Kota Palembang," *Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sriwijaya*, 2019, 20.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

negatif bila di lihat secara moral dan merupakan penyimpangan sosial.⁶ Dibentuk bersamaan dengan Kabupaten Bengkalis dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom di Lingkungan Daerah Provinsi Sumatera Tengah, dengan luas wilayah 937,47 kilometer persegi dan per September 2011 terdiri dari 15 desa/kelurahan dengan jumlah penduduk 229.989 jiwa.⁷ Berdasarkan pernyataan tersebut, Kota Duri termasuk kota kecil namun memiliki jumlah penduduk yang besar. Meski demikian, tidak menghalangi masyarakatnya untuk mengetahui apa yang terjadi di dalam dan di luar kota. Apalagi di daerah kecil yang terkadang tidak terliput oleh media, Banyak jurnalis yang menggunakan Instagram sebagai sumber informasi yang cepat dan akurat. Tentu saja, ini adalah efek dari lahirnya media sosial salah satunya dalam pencarian informasi. Salah satu akun media sosial Instagram yang menyajikan berbagai informasi seputar Kota Duri adalah @kabarduri. Akun Instagram @kabarduri merupakan salah satu akun pemberitaan yang banyak diakses dengan melihat jumlah pengikut yang banyak dengan menyajikan berbagai informasi aktual seperti informasi tentang kemacetan lalu lintas, bencana alam, pariwisata, pilihan kuliner, dan aspek lain seputar wilayah Kota Duri.

Namun ada beberapa akun Instagram informatif lainnya yang terdapat di Kota Duri antara lain: akun @infoduri yang memiliki followers sejumlah 151.000, kemudian akun @infowargaduri dengan jumlah 76.400 followers, akun @kabarduri memiliki followers sebanyak 60.600, sedangkan akun @lokerduri memiliki 60.500 followers. (Sumber: Data Olahan Peneliti, 16 Maret 2023)

⁶ Siswanto Purba, "Potret Remaja Berperilaku Menyimpang Di Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Duri" 2, no. 2 (2016): 1–23.

⁷ Bem Hary Sandi, "Perancangan Konsep Desain Logo Kota Duri Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau," *Journal Information* 10, no. 56 (2021): 1–16.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

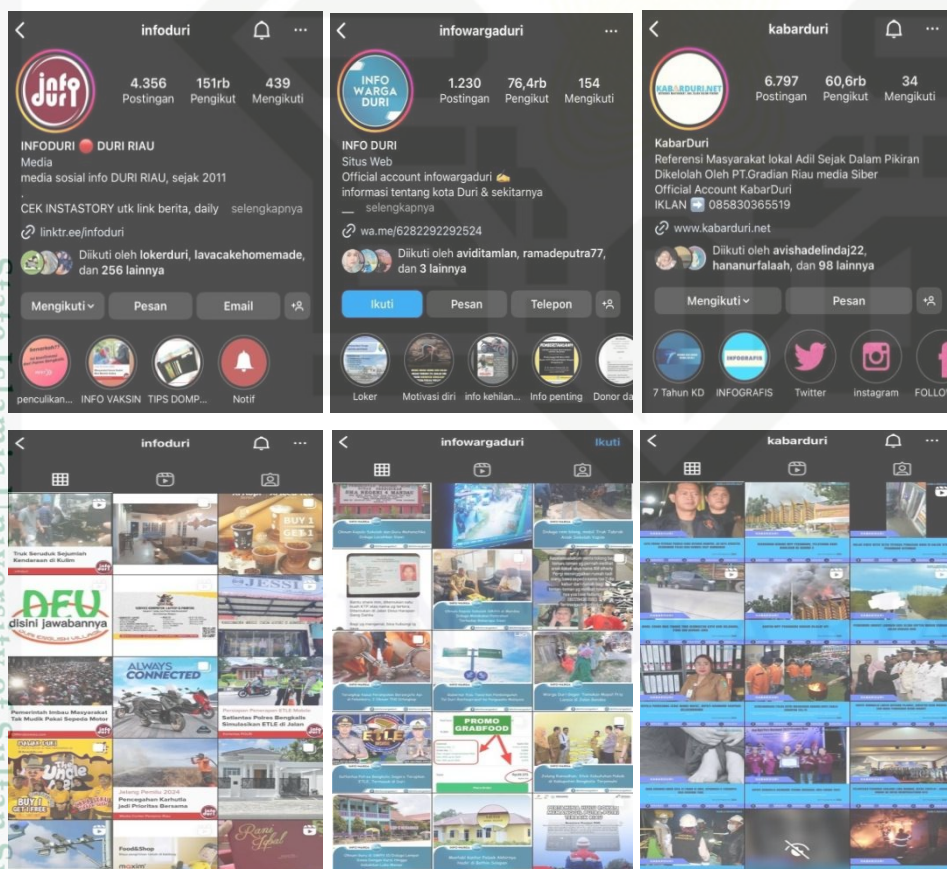
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Tabel 1.1
Perbandingan akun @kabarduri dan akun lainnya

No	Nama Akun	Jumlah postingan	Jumlah rata-rata postingan perhari	Penyajian Postingan diberanda (<i>feeds</i>)	Konsistensi Tampilan Beranda (<i>feeds</i>)
1	Infoduri	4,3 ribu	3-4 kali	Lebih banyak memposting promosi dibanding informasi	Konsisten
2	Infowargaduri	1,2 ribu	1-2 kali	Lebih banyak memposting promosi dibanding informasi	Kurang konsisten
3	Kabarduri	6,7 ribu	2-3 kali	Mengutamakan penyajian informasi daripada promosi	Konsisten

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 16 Maret 2023)

Gambar 1.1
Akun Instagram @infoduri, @infowargaduri, dan @kabarduri



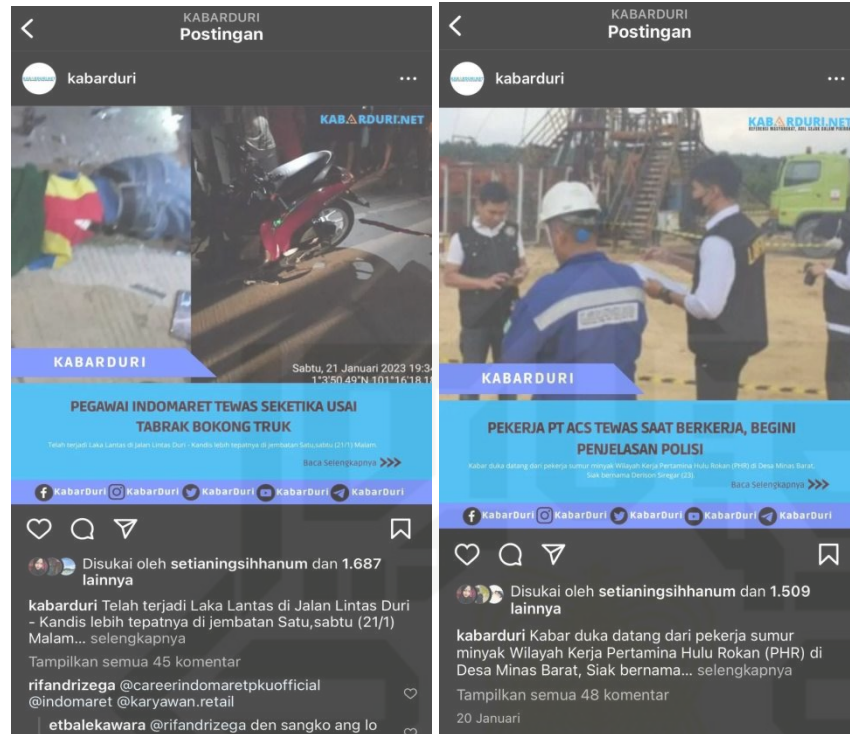
Berdasarkan tabel 1.1, peneliti tertarik menjadikan akun @kabarduri sebagai objek penelitian. Meskipun jumlah followers akun @infoduri dan @infowargaduri lebih unggul, namun pada hal lainnya akun @kabarduri memiliki kelebihan seperti kerap fokus mengunggah berita-berita di Kota Duri dan sekitarnya. Hal ini membuat peneliti melakukan penelitian lebih dalam karena terlihat dari postingan @kabarduri lebih mengutamakan penyajian informasi daripada memposting promosi atau *endorse* produk seperti yang terdapat pada akun informatif lainnya di Kota Duri.

Akun Instagram @kabarduri didirikan oleh Ramadhan Kurnia Putra sejak tahun 2017 dengan tujuan untuk mendengarkan suara masyarakat Kota Duri. Akun Instagram @kabarduri pertama kali dibangun dengan konsep citizen journalism (jurnalisme warga). Maksud dari jurnalisme warga adalah semua orang berhak membuat dan menciptakan berita menurut pengamatannya berdasarkan bukti-bukti yang benar dilapangan. Artinya, berita-berita yang dinikmati adalah berita yang berasal dari warga, dibuat oleh warga serta kemudian di nikmati oleh warga, dalam hal ini dikhususkan warga Duri, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau.⁸ Akun ini dikelola tanpa campur tangan pemerintah melainkan modal murni pribadi. Hal ini dikemukakan langsung oleh *founder* akun tersebut. @kabarduri memproduksi berita sendiri dan memiliki perwakilan Jurnalis di berbagai Kabupaten dan Kota yang ada di Riau, Sumatera Barat, Sumatera Utara, dan Kepulauan Riau.

Akun @kabarduri saat ini menjadi akun penyampaian berita yang memiliki banyak pengikut karena memposting hingga 3 berita yang berbentuk foto maupun video disertai caption dalam sehari yang banyak diakses oleh pengguna media sosial.

⁸ Kabarduri.net, "Tentang Kami," 2021, <https://kabarduri.net/beranda/tentang-kami/>. Diakses pada 16 November 2023

Gambar 1.2
Contoh Postingan @kabarduri



Pada gambar 1.2 dapat dilihat bahwa akun Instagram @kabarduri memiliki jumlah like yang cukup banyak dan komentar dari para *followers*. Hal tersebut menunjukkan adanya interaksi antara komunikator (akun @kabarduri) dan komunikan (*followers*). Selain itu, masyarakat khususnya *followers* akun Instagram @kabarduri juga terkoneksi dengan akun Instagram @kabarduri untuk mengetahui lebih jauh apa yang terjadi di Kota Duri dan sekitarnya.

Kemudahan mengakses media sosial hanya dengan membuka perangkat. Di media sosial, kita dapat menemukan banyak informasi dari seluruh dunia atau berita tentang suatu tempat, seperti kulinernya, kebijakan pemerintah setempat, kondisi lalu lintas, tempat wisata, dan berita komunitas terkini. Karena banyak masyarakat di Indonesia yang sudah menyadari pentingnya media sosial sebagai sarana berbagi informasi dan mendorong masyarakat untuk memanfaatkannya, terdapat banyak akun yang menyediakan informasi disuatu daerah, sehingga untuk menarik minat *followers*, akun yang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of 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.

membagikannya mendominasi konten yang sering dibagikan pengguna. Semakin sering pengguna membagikan konten yang menarik dan bermanfaat, semakin setia penontonnya, yang dalam hal ini disebut sebagai warganet (netizen).

Untuk itu, diperlukan pengelolaan media sosial salah satunya yaitu kreativitas pengguna atau pemilik akun informatif tersebut dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram seperti upload foto, caption, story, reels dan sebagainya. Pengguna dapat menggunakan kesempatan ini untuk berbagi informasi dengan *followers* mereka dengan cara yang menarik secara visual.⁹ Hurlock mendefinisikan kreativitas adalah membuat sesuatu yang baru dan berbeda. Kapasitas individu untuk menciptakan komposisi, barang, atau konsep baru disebut sebagai kreativitas.¹⁰ Kreativitas pada saat ini lebih berkembang, semakin banyak orang yang memulai mengasahnya sehingga mampu bersaing di segala bidang. Saat ini, kreativitas adalah sesuatu yang sangat penting. Secara alami, semakin banyak orang kreatif, semakin banyak penemuan baru yang dapat dibuat dalam kompetisi.¹¹

Sejak peneliti mengikuti akun Instagram tersebut, peneliti merasakan akun tersebut berperan penting dalam memenuhi kebutuhan informasi peneliti. Selain itu, sifat media sosial Instagram yang menekankan pada gambar/visual, fitur yang bervariasi, dan real-time, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang mendalam tentang **“Kreativitas @kabarduri Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat di Kota Duri”**.

⁹ Komang Angga Maha Putra and Kadek Angga Dwi Astina, “Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post Sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet,” *Jurnal Nawala Visual* 1, no. 2 (2019): 113–21, <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual/article/view/42/26>.

¹⁰ Utami Munandar, “Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat,” 1995, 19–121.

¹¹ Annisa Nurintha Fitri, Lestari Bunga Pertiwi, and Marisa Puspita Sary, “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019 [The Impact of Tiktok Social Media on the Creativity of Communication Studies Students, Jakarta State University Class of 2019],” *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 13, no. 1 (2021): 37–46.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman, peneliti harus menegaskan dan menjelaskan judul penelitian tentang “Kreativitas @kabarduri Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat di Kota Duri”. Istilah-istilah berikut merupakan komponen penting dari penelitian ini:

1. Kreativitas adalah seseorang yang melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa pemikiran maupun karya asli yang umumnya unik dibandingkan dengan apa yang ada saat ini. Kreativitas merupakan keterampilan penalaran tingkat yang tidak dapat disangkal yang menunjukkan peningkatan/peningkatan kapasitas penalaran, yang digambarkan dengan kemajuan (penggantian karena warisan), kehancuran/ketidakteraturan, pemisahan, dan percampuran antara setiap fase transformatif.¹²
2. Media Sosial adalah suatu media digital terbanyak digunakan di seluruh dunia. Blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia maya adalah contoh media digital yang mana *user* (pengguna) dengan gampang berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Menurut pendapat yang berbeda, media sosial mengacu pada media digital yang mendorong interaksi sosial dan memanfaatkan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi ke dialog interaktif.¹³ Situs web dimana siapa pun dapat membuat halaman web pribadi dan terhubung dengan orang lain untuk berbagi informasi dan berkomunikasi adalah inti dari media sosial.¹⁴
3. Akun @kabarduri adalah akun media sosial Instagram di Riau yang berdiri sejak tahun 2017 oleh Ramadhan Kurni Putra. Berita, pendidikan, budaya, kuliner, wisata, dan gaya hidup merupakan beberapa konten yang diliput oleh akun Instagram @kabarduri. Serta data tambahan yang dikumpulkan dari followers @kabarduri.

¹² Tomo Djudin, “Mendekati Makna ‘Kreativitas’ Dan Model Pembelajaran,” *Jurnal Cakrawala Kependidikan* 9, no. 1 (2011): 1–104.

¹³ Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia” 9, no. 1 (2016).

¹⁴ Novi Herlina et al., “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat,” *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau* 4, no. 2 (2017): 1–15.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Kreativitas @kabarduri Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Duri?”

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menelaah kreativitas @kabarduri dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat Kota Duri

E. Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pengetahuan tentang kreativitas @kabarduri dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Duri
2. Sebagai referensi bagi peneliti yang ingin meneliti objek yang sama

F. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini, peneliti membagi sistem pembahasan menjadi 6 (enam) bab. Semua bab tersebut saling terkait dan saling mendukung. Gambaran umum dari bab-bab tersebut adalah sebagai berikut: BAB 1 menjelaskan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan. BAB 2 menjelaskan tentang kajian terdahulu, landasan teori, definisi konseptualisasi dan operasional variabel, dan kerangka berpikir. BAB 3 menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas data, dan teknik analisis data. BAB 4 menjelaskan tentang gambaran umum subjek penelitian. BAB 5 menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan. BAB 6 Berisikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, juga saran yang diberikan terhadap hasil penelitian. Kemudian Daftar Pustaka dan Lampiran.

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.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan tentang “keaktivitas @kabarduri dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat kota Duri” adalah sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Darisy Syafaah dan Gallih Ari Fadhli. Berdasarkan hasil penelitian, akun Instagram ini menggunakan taktik berikut untuk menyampaikan informasi: 1) mengenal audiens melalui postingan konten lokal yang relevan dengan keadaan masyarakat Tulungagung; 2) menetapkan tujuan seberapa banyak informasi yang ingin disampaikan berdasarkan unsur informatif (sampai 40%), unsur persuasif (sampai 30%), unsur edukatif (sampai 15%), dan unsur hiburan (sampai 15%); 3) menulis pesan berdasarkan prinsip-prinsip tepat, sah, dan responsif; dan 4) menggunakan fitur-fitur Instagram secara maksimal.¹⁵
2. Penelitian oleh Imas Permasih, dkk. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat mengelola media sosial Instagram untuk memenuhi kebutuhan informasi publik melalui beberapa tahapan, antara lain: pendefinisian isu melalui pengumpulan dan analisis data, perencanaan dan pemrograman melalui strategi dan tindakan komunikasi, evaluasi melalui rapat koordinasi dan pemantauan harian, mingguan, dan bulanan, serta pengumpulan dan analisis data.¹⁶
3. Penelitian oleh Farah Kamila Dewi dan Raditya Pratama Putra. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, @caprotibuaya membangun interaksi kepada konsumen, kemudian menggunakan campaign statement melalui influencer, selain itu @caprotibuaya melakukan riset sebelum

¹⁵ Darisy Syafaah and Gallih Ari, “Strategi Komunikasi Akun Instagram @kacamata_tulungagung Sebagai Media Informasi Masyarakat,” *Al-I’lam; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 5, no. 1 (2021): 22–31.

¹⁶ Imas Permasih, Yusuf Zaenal Abidin, and Abdul Aziz Ma’arif, “Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat,” *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat* 3, no. 1 (2018): 25–46, <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/reputation/article/view/584/98>.

planning serta memanfaatkan fitur yang ada di Instagram dengan menggunakan story, reels, dan feeds , bahkan waktu memposting juga ditentukan dimana jam kerja pada pukul 10.00 WIB. Kesimpulannya, Penggunaan Instagram oleh @caprotibuaya sebagai platform pemasaran digital memiliki dampak yang signifikan: audiens target lebih cenderung menggunakan platform, ada tingkat kesadaran dan keterlibatan yang tinggi..¹⁷

4. Penelitian oleh M.Mifta Farid dan Muhammad Ari Revaldo. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penelitian ini berdasarkan indikator dari *Uses and Effect Theory* ini menghasilkan efek sebagai berikut: pertama, penyebaran dan penerimaan informasi oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin kepada masyarakat berlangsung secara efektif dan efisien; kedua, informasi terkini yang dibagikan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuasin langsung diakses oleh masyarakat; dan ketiga, Pemerintah Kabupaten Banyuasin mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat atas informasi-informasi yang dibagikan.¹⁸
5. Penelitian oleh Anggita dan Widya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, perusahaan pengembang konten media sosial Instagram penulis, @mufidahofficial, mampu menjangkau audiens yang besar dan meningkatkan interaksi audiens berkat konten interaktif. Hal yang ditunjukkannya, konten yang dimilikinya cukup informatif dan menarik.¹⁹
6. Penelitian oleh Gita Atiko, dkk. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, bahwa Kementerian Pariwisata melakukan sejumlah langkah untuk mengembangkan strategi promosi yang akan memanfaatkan Instagram dan platform media sosial lainnya untuk membantu Kementerian Pariwisata

¹⁷ Farah Kamila Dewi and Raditya Pratama Putra, "Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing" 2, no. 2 (2022): 758–62, <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSCM/article/view/4175/1633>.

¹⁸ Muhammad Mifta Farid dan Muhammad Ari Revaldo, "Efektivitas Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin," *FIRM Journal of Management Studies* 6, no. 1 (2021): 95, <https://doi.org/10.33021/firm.v6i1.1438>.

¹⁹ Anggita Cahyani Putri Wibowo and Widya Sastika, "Pengembangan Konten Media Sosial Instagram Mufidah Official Tahun 2022 Content Development Of Mufidah Official Social Media Instagram In 2022" 8, no. 5 (2022): 515–21.

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

mencapai tujuannya. Pembuatan konten, pemilihan platform, perencanaan program, implementasi program, serta monitoring dan evaluasi merupakan langkah-langkah yang dilakukan.²⁰

7. Penelitian oleh Difa Nurhasna dan Berlian. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, studi ini mengungkap adanya pergeseran cara pandang masyarakat terhadap informasi dan manfaat yang diberikan oleh akun @Kulinerbandung. Setelah menerima manfaat dan informasi, followers juga mengalami respon afektif yaitu adanya perubahan emosi atau perasaan ketika melihat postingan akun @Kulinerbandung. Setelah mengalami respon afektif maka muncul respon perilaku yaitu tindakan memberikan informasi dan wisata kuliner ketika melihat postingan akun @Kulinerbandung.²¹
8. Penelitian oleh Verisha dan Amalia. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pemanfaatan Instagram oleh Pemerintah Kota Semarang sebagai media informasi dan komunikasi publik dinilai cukup berhasil. Namun demikian, kritik dan saran masyarakat sangat dibutuhkan dalam perjalanan membangun Pemerintah Kota Semarang yang lebih maju kedepannya.²²
9. Penelitian oleh Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, beragam kegiatan promosi yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa Rumah Happy Go Lucky memanfaatkan Instagram dengan baik dan juga dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia.²³

²⁰ Gita Atiko et al., "Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @indtravel)," *EProceedings of Management* 3, no. 2 (August 1, 2016), <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2344>.

²¹ Difa Nurhasna Ayutiani and Berlian Primadani Satria Putri, "Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner," *PROfesi Humas* 3, no. 1 (August 10, 2018): 39–59, <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/11683>.

²² Verisha Erina Maharani and Amalia Djuwita, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang," *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 4566–74, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13573/13098>.

²³ Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)," *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80, <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of 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.

10. Penelitian oleh Siti Muslichatul Mahmudah dan Muthia Rahayu. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, memahami tujuan penggunaan media sosial untuk bisnis merupakan langkah awal dalam mengelola konten pada aspek *shared* Instagram. Aspek *optimize* yang meliputi pembuatan jadwal posting dan pemanfaatan fitur-fitur Instagram. Aspek *manage* dilakukan dengan menyampaikan laporan pemantauan media kepada manajemen perusahaan untuk dievaluasi dan dipertanggungjawabkan. Mengembangkan hubungan positif dengan komunitas online untuk mendapatkan eksposur Instagram untuk konten yang dihasilkan merupakan aspek *engage*.²⁴

Dari penelitian di atas, dapat dilihat bahwa kebanyakan penelitian tersebut berbicara tentang strategi komunikasi, pengelolaan, dan pemanfaatan sosial media khususnya Instagram. Yang membedakan dengan penelitian saya ialah lebih berfokus tentang kreativitas, Saat ini kreativitas sedang berkembang, dan semakin banyak orang yang mulai mengasahnya agar bisa bersaing di segala bidang terutama dalam platform digital. Biasanya, semakin banyak individu yang imajinatif, semakin banyak penemuan baru yang dapat dibuat dalam kompetisi, oleh karenanya peneliti akan mengkaji pada kreativitas dalam penggunaan media sosial Instagram untuk pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Duri.

B. Landasan Teori

1. New Media

Media baru atau *new media* dikenal sebagai kumpulan teknologi baru yang berpotensi memperluas akses masyarakat terhadap informasi. Menurut Denis McQuail, *New Media* adalah kumpulan teknologi yang mencakup sistem transmisi seperti kabel dan satelit, pengurangan skala, kapasitas, pemulihan data, tampilan gambar menggunakan ilustrasi dan gambar, dan sistem kontrol komputer.²⁵

²⁴ Siti Muslichatul Mahmudah and Muthia Rahayu, "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan," *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2, no. 1 (2020): 1–9, <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>.

²⁵ Astrid Faidlatul Habibah and Irwansyah, "Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru," *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis* 3, no. 2 (2021), <http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/255/170>.

Teknologi digital sering digambarkan menggunakan media baru. Media baru, seperti jaringan dan internet, memiliki karakteristik yang dapat dimanipulasi.²⁶ John Vivian juga berpendapat bahwa media baru adalah media berteknologi tinggi yang menciptakan peluang baru misalnya toko musik online dan pendengar radio, blogger internet, dan warnet yang memungkinkan teknologi WiFi. Media baru hadir untuk memperluas ruang kerjasama publik dalam pemberitaan terbuka, terlepas dari kelebihan dan kekurangannya.²⁷

Teori new media ialah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang berbicara mengenai perkembangan media. Teori ini dikenal dengan teori media baru. Secara teori, ada dua sudut pandang mengenai media baru. Yang pertama adalah pandangan kerjasama, yang memisahkan media berdasarkan kedekatannya dalam hubungan tatap muka.²⁸ Pandangan selanjutnya adalah pandangan koordinasi sosial yang merupakan gambaran media bukan dalam kerangka berpikir data, asosiasi atau penyampaian, melainkan sebagai kecenderungan, atau bagaimana individu menggunakan media sebagai cara untuk berinteraksi dengan masyarakat. Pengguna media baru dapat berinteraksi. Proses komunikasi media baru tidak sama dengan media massa atau media konvensional. Media baru memberdayakan pengguna dapat berkomunikasi secara komunikasi dua arah atau saling memberikan *feedback*.²⁹ Masyarakat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, dampak negatif disebabkan oleh penggunaan yang buruk oleh individu bukan oleh perkembangan

²⁶ Saripah Husna, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha," 2021, 1–83.

²⁷ Heri Juanda Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh, "Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 1, no. 1 (October 19, 2017), <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/1988>.

²⁸ Algu Ready and Romyeni, "Penggunaan Media Online Sebagai Sumber Informasi," *Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*. 3, no. 1 (2016), <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/8438>.

²⁹ Alila Pramiyanti, Idola Perdini Putri, and Reni Nureni, "Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung)," *KomuniTi* VI, no. 2 (2014): 95–103, <http://portalpengusaha.com/marketing>.

teknologi yang sebenarnya dan selanjutnya penyajian dan pemanfaatan teknologi adalah hasil dari tatanan sosial.³⁰

Masyarakat berubah dari media biasa menjadi media baru, dalam hal ini media sosial, yang tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga berfungsi sebagai wadah penyebaran informasi yang praktis dan lugas.³¹ Selain memberi kita informasi dan sarana untuk mengejar kepentingan sendiri, media juga memberi kita rasa kebersamaan dan rasa memiliki. Teknologi digital dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, interaktif, dan dapat diakses dari lokasi manapun. Web, situs, PC penglihatan dan suara, ROM Album, dan DVD adalah contoh media baru.³²

Adapun beberapa keuntungan menggunakan internet sebagai platform media sosial adalah:³³ Interaktif, terbuka, dan demokratis, sehingga siapa pun dapat dengan cepat dan tidak terbatas berpartisipasi, berkomentar, dan berbagi informasi, kemudian tidak perlu bertemu bertatap muka atau mendunia, sebagai ruang publik yang terbuka, adaptif, dan dinamis, klien bergabung dengan jaringan pendamping dalam situasi tertentu dalam situasi akrab, kontak efektif, mengungkapkan (melepaskan), mencela, dan merengek, itu tidak masuk akal dengan media konvensional (lama), Anda bisa mengatakan, menghargai, dan menyerang, selain itu menjalin jejaring sosial antara orang-orang, kelompok, dan komunitas untuk menumbuhkan isu dan aset yang berpotensi melahirkan gerakan yang meluas, dan setiap klien dapat membuat data dan menyampaikannya kepada mitra yang berbeda tanpa batas waktu.

Menurut Chris Heuer yang merupakan pendiri *social media club* dan inovator media sosial baru, mengemukakan bahwa terdapat 4C dalam

³⁰ Catur Nugroho, *CYBER SOCIETY Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi*, 1st ed. (Jakarta: Kencana, 2020).

³¹ Herlina et al., "Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat."

³² Herlina et al.

³³ Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013).

mengoperasikan sosial media:³⁴ *Context* yaitu bagaimana membangun sebuah cerita atau pesan (informasi), termasuk jenis pesan, bahasa dan konten. Adapun *Communication* yang merupakan tindakan menyampaikan, berbagi, mendengarkan, menanggapi, dan mengembangkan pesan untuk audiens adalah semua bentuk komunikasi. *Collaboration* adalah titik di mana sumber dan penerima pesan bekerja sama untuk menjadikan pesan lebih kuat dan efisien.. *Connection* adalah hubungan antara sumber pesan dan penerima pesan yang ditata dan dipelihara.

Jadi, new media adalah konvergensi atau penggabungan media tradisional dan digital dikenal sebagai media baru. Sifat media baru yang real-time berarti bahwa siapa pun yang memiliki akses ke perangkat komputer dan jaringan internet dapat dengan cepat mengakses informasi dan layanan dari lokasi mana pun.³⁵

Teori new media digunakan sebagai pendukung dalam penelitian ini untuk menyatakan bahwa media sosial adalah media baru. Peneliti berpendapat bahwa keberadaan media sosial yang merupakan pendatang baru sangat relevan di bidang media informasi, sehingga memberikan kepercayaan pada teori ini.

Karakteristik *New Media* menurut Alwi Dahlan ialah: hypertextual, virtual, digital, interactive, networked, dan simulative. Karakteristik tersebut memungkinkan media baru berbasis teknologi digital menyajikan berbagai jenis konten, antara lain teks, video, gambar, dan suara, sebagai media tunggal. Pada umumnya, semua media baru mempunyai karakteristik yang sama, yang berkaitan dengan perubahan media, distribusi, produksi, dan konsumsi.³⁶

³⁴ Febri Anugratami, Maylanny Christin, and Berlian Primadani Satria Putri, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Motivasi Followers Pada Akun @merryriana (Periode 01 Desember 2014 - 17 Januari 2015)," *EProceedings of Management* 2, no. 2 (August 1, 2015), <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/889>.

³⁵ Yesi Puspita, "The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute," *Jurnal Pekommas* 18, no. 3 (2015): 203–12.

³⁶ Mutohharun Jihan, "Intervensi New Media Dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan Di Indonesia," *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 2 (2013): 322–48.

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.

Menurut Utari dalam Communication 2.0, media baru menggabungkan komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Ini dianggap sebagai komunikasi interpersonal sekaligus dianggap sebagai komunikasi massa karena fakta bahwa pesan dibuat, diarahkan, dan dikonsumsi secara pribadi.³⁷ Interaktivitas (*interactive*) adalah sebuah proses. Media baru dapat menghubungkan pesan-pesan yang terhubung satu sama lain karena karakteristik tersebut.³⁸ *Interactive* media baru membuatnya lebih seperti berbicara dengan seseorang secara langsung atau komunikasi interpersonal. Namun demikian, karakteristik ini menimbulkan kekhawatiran tentang kehadiran sosial. Kehadiran fisik participant komunikasi merupakan salah satu model yang digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan komunikasi interpersonal. “Kehadiran sosial” didefinisikan sebagai “penyertaan individu yang berkolaborasi melalui kesadaran bersama dalam memanfaatkan media baru”. Koneksi online dapat membingkai jaringan virtual tanpa benar-benar hadir. Namun, masalah yang dihadapi adalah apakah komunikasi online dapat menumbuhkan "rasa kebersamaan" atau tidak.

Bagaimana cara mengembangkan kesadaran bersama di media baru?. Bagaimana dengan identitas orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan kredibilitasnya? Sifat kerjasama web memungkinkan siklus korespondensi yang terjadi tidak satu atau setara dengan yang terjadi pada media konvensional, namun menjadi lebih intuitif melalui media baru (new media). Selanjutnya, arah komunikasi yang sebelumnya mengikuti pola penyiaran berubah dengan hadirnya teknologi digital dan teknologi komunikasi. Yang lebih menarik daripada model siaran satu arah adalah kemungkinan komunikasi dua arah yang dimungkinkan oleh teknologi komunikasi. Komunikasi tidak lagi mengikuti pola penyiaran dari satu

³⁷ Errika Dwi and Setya Watie, “PERIKLANAN DALAM MEDIA BARU,” *Jurnal The Messenger* 4, no. 1 (March 23, 2016): 37–43, <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/275>.

³⁸ Fitri Norhabiba and Sukma Ari Ragil Putri, “Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018): 8, <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.1.8-15>.

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.

sumber menyebar ke banyak orang, terpusat, dengan khalayak pasif dan penerima yang terisolasi; sebaliknya, lebih dinamis dan melibatkan audiens.³⁹

Kemajuan teknologi di bidang komunikasi dan informasi telah menyebabkan perubahan dan perkembangan manusia di berbagai aspek kehidupan. Kita telah memasuki masa yang serba digital, di mana penggunaan internet serta perangkat-perangkatnya seperti, smartphone dan media sosial sudah umum digunakan. Disamping memberi kemudahan, teknologi telah menuntut kehidupan manusia lebih adaptif dan dinamis agar mereka mampu menjawab tantangan perubahan yang terjadi begitu cepat. Kalau diibaratkan, perubahan hidup seperti koin yang memiliki dua sisi kehidupan, yakni sisi positif dan negatifnya.⁴⁰ Salah satu sisi positifnya, kemajuan teknologi di bidang komunikasi tentu memberikan kemudahan dalam akses informasi bagi penggunanya. Namun demikian, apabila tidak digunakan secara tepat maka kemudahan tersebut dapat berubah menjadi hambatan, terutama bagi para generasi muda. Sebagai salah satu bentuk dari kemudahan dalam akses informasi, penggunaan internet tidak jarang digunakan untuk mengakses hal-hal yang bisa merusak moral dan mental para generasi muda.⁴¹

Fakta dari Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa 9 dari 10 orang yang menggunakan internet cenderung minat dan suka mencari informasi di media sosial, yang memberikan cara yang lebih cepat bagi masyarakat umum untuk berpartisipasi dalam pertukaran informasi melalui internet.⁴² Mengingat data tersebut, masyarakat

³⁹ Ida Ri'aeni, "Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya Di Indonesia," *Jurnal Komunikasi* 9, no. 2 (2015): 187–97, <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol9.iss2.art5>.

⁴⁰ Chotijah Fanaqi, "Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Dakwah* 22, no. 1 (2021): 105–30.

⁴¹ Muhlis, Usman Jasad, Abdul Halik, Fenomena Facebook Sebagai Media Komunikasi Baru, *Jurnal Diskursus Islam Volume 06 Nomor 1*, April 2018.

⁴² Muhammad Fauzi Rohimat Desfiana and Satya Indra Karsa, "View of Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *Riset Manajemen Komunikasi* 1 (2021): 23–29, <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRMK/article/view/66/76>.

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.

Indonesia sudah akrab dengan media sosial, tiada hari tanpa mengakses media sosial, sehingga media sosial sudah menjadi suatu keharusan bagi sebagian orang. *Digital natives* sebagai zaman yang cerdas dalam inovasi memanfaatkan media sosial untuk mengomunikasikan pemikiran mereka, menyusun pertemuan, pengorganisasian, dan ikut serta dalam latihan. Salah satu media sosial yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh masyarakat maju adalah aplikasi instagram. Hasil survey menurut NapoleonCat, Instagram berada di urutan kedua dengan jumlah pengguna paling banyak media sosial di Indonesia yang mencapai 109.331.200 pengguna pada April 2023, yang merupakan 39,1% dari seluruh populasinya.⁴³ *Digital natives* adalah mereka yang lahir setelah tahun 1980 ketika teknologi sosial digital online. Mereka semua memiliki akses untuk saling terhubung di teknologi digital. Dan mereka semua memiliki keterampilan untuk menggunakan teknologi tersebut. *Digital natives* terhubung secara terus menerus. Mereka memiliki banyak teman di ruang nyata dan dunia maya. Terkadang hubungan diantara *digital natives* tidak akan pernah memiliki kesempatan untuk bertemu di dunia offline. Melalui situs jejaring sosial, *digital natives* saling terhubung dengan pesan instant, dan berbagi foto dengan teman di seluruh dunia. *Digital natives* adalah generasi yang kreatif. Ketika mendapatkan sebuah informasi, mereka akan mengubah dan mendesain ulang informasi tersebut, melalui tulisan, gambar, emoticon kemudian menampilkannya ke sebuah media internet atau media sosial.⁴⁴

2. Kreativitas

Kreativitas merupakan hal paling penting dalam membuat konten. Kreativitas ialah proses mental pada setiap individu. Konten yang menarik dan asli biasanya muncul dari ide-ide kreatif. Seharusnya bukan hanya menarik, namun harus sesuai dengan tujuan bisnis. Oleh karena itu,

⁴³ NapoleonCat.com, <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/04/> Diakses pada 20 Agustus 2023.

⁴⁴ Ridwan et al., "Perubahan Budaya Komunikasi Pada Pengguna," *Aliran Fluida* 1, no. July (2016): 18.

promosi konten yang dibuat dapat dilakukan sukses dan berorientasi pada tujuan.⁴⁵ Pada kamus Besar Bahasa Indonesia Kreativitas memiliki arti (kemampuan untuk mencipta /Daya cipta perihal berkerasi /kratifan).⁴⁶ Industri kreatif adalah sektor industrial yang berasal dari penggunaan kreativitas, keterampilan, dan kemampuan seseorang guna menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta seseorang tersebut.⁴⁷ Kreativitas dapat diciptakan untuk orang-orang yang ingin meningkatkan literasi digital, diarahkan oleh seseorang yang mempunyai pola pikir berbeda.⁴⁸

Kreativitas individu telah ada semenjak dari mereka lahir, namun belum berkembang karna belum ada tempat untuk menyampaikan kreativitas tersebut maupun mengolah kreativitas yang dimiliki, maka dari itu dengan adanya media sosial orang bisa mengasah ide kreatif nya dan menyalurkannya lewat media sosial seperti membuat foto, video, tulisan dan lain-lain. Dalam media sosial dapat kita akses melalui gadget, dan media sosial termasuk salah satu kecanggihan teknologi pada saat ini karena di zaman yang sudah maju ini kita bisa mendapatkan data dengan cepat melalui hiburan virtual dan di zaman yang serba komputer ini kita harus lihai dalam memanfaatkan hiburan online, misalnya sering kita alami adalah seseorang yang menggunakan hiburan berbasis web yang salah dengan menyebarkan berita-berita penipuan atau hoax, dan bisa diambil contoh kasus seseorang yang membuat satu akun Instagram yang isinya hanyalah berita viral tapi hoax, agar mendapatkan penonton dan pengikut yang banyak. Oleh karena itu, untuk memilih atau membuat

⁴⁵ Salwa Salsabilla Ridwan and Wulan Purnama Sari, "Analisis Kreativitas Konten Interaktif Di Media Sosial Instagram Majalah Sunday," 2022, 62–70, <http://repository.untar.ac.id/id/eprint/34750>.

⁴⁶ Cahya Nusantara, "Peran Media Sosial Untuk Peningkatan Kreativitas," *Jurnal Kewarganegaraan* 1, no. 2 (2017): 37–40, <https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/download/923/pdf>.

⁴⁷ Gumgum Gumilar, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung," *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* V, no. 2 (2015).

⁴⁸ Delmia Wahyudin and Cardina Putri Adiputra, "Analisis Literasi Digital Pada Konten Instagram @Infinitygenre," *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 18, no. 1 (2019), <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.744>.

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.

konten yang menarik yang dapat kita bagikan di media sosial yang bermanfaat dan dapat diterima oleh masyarakat luas, kita harus kreatif.⁴⁹

Kreativitas menurut Rusdiana adalah kemampuan untuk menumbuhkan pemikiran baru dan membuat pendekatan yang lebih baik untuk memeriksa masalah dan membuka pintu.⁵⁰ Menurut Amabile, daya cipta merupakan suatu bagian yang diperhitungkan yang memiliki faktor luar dan tidak hanya ditentukan oleh faktor minat yang dihasilkan, namun sebaliknya ditopang oleh faktor pelaksanaan yang dapat mempengaruhi imajinasi. Bagian terapan dalam kreativitas terdiri dari 3 bagian utama, yaitu kemampuan khusus yang berkaitan dengan daya cipta, penalaran imajinatif, dan inspirasi. Pada dasarnya imajinasi merupakan salah satu tanda kemampuan psikologis seseorang, serta ketertarikan dengan tujuan akhir untuk membuat suatu hal baru.⁵¹ Rollo May juga berpendapat bahwa kreativitas berkaitan dengan komitmen dan passion. Orang kreatif memiliki komitmen yang kuat dan mengembangkan passion. Di sini perlu ditekankan bahwa kreativitas tidak ada hubungannya dengan waktu; siapa pun yang berkomitmen dan bersemangat untuk mengembangkan diri adalah orang yang kreatif. Usia juga bukan merupakan faktor dalam kreativitas. Setiap orang, tanpa memandang usia, adalah kreatif.⁵²

Berdasarkan sudut pandang para ahli di atas, kreativitas dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan karya baru dan unggul, atau suatu rangkaian pemikiran yang berkembang yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan serta suatu kegiatan yang bermanfaat dan lugas.

⁴⁹ Nusantara, "Peran Media Sosial Untuk Peningkatan Kreativitas."

⁵⁰ Husna, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha."

⁵¹ Chotijah Fanaqi, "Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Dakwah* 22, no. 1 (2021): 105–30.

⁵² Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Kreativitas Dan Inovasi Di Tempat Kerja*, ed. Kasdin Sihotang and Nesia Putri Amarasthi (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ByagDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=pengetahuan+kreativitas+&ots=kLyFpteP2b&sig=LTS3otQRuQxxlQEZF5JdRzrPn9Q&redir_esc=y#v=onepage&q=pengetahuan+kreativitas&f=false.

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.

Guilford menjelaskan bahwa strategi kreatif dalam suatu proses yang mengarah pada kreativitas meliputi empat hal kreativitas: pertama, *person*, upaya menguraikan imajinasi yang menekankan pada orang atau seseorang yang dapat disebut imajinatif, suatu pengerahan tenaga individu yang mendalam. Kedua, *process*, bertujuan untuk mendefinisikan kreativitas dengan memfokuskan pada proses berpikir untuk menghasilkan berbagai konsep orisinal dan kreatif. Ketiga, *press* (dukungan), untuk menjadi daya cipta khusus yang tertahan karena faktor pendukung, baik dari dalam (diri) yang memiliki keinginan atau energi untuk membuat hal-hal kreatif, maupun dari luar (dari lingkungan sosial). Keempat, *product* adalah upaya mencirikan pemikiran kreatif yang terpaku pada item, produk, atau apapun saja yang dipikirkan oleh *person*, bisa saja sesuatu yang baru maupun penggabungan dari sesuatu yang telah dibuat.⁵³

Berdasarkan teori Graham Wallas, proses berpikir kreatif memiliki empat tahap, yaitu persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Pemikiran Graham Wallas diketahui masyarakat umum melalui karya-karyanya. Salah satu karyanya terkait masalah kreativitas yaitu sebuah buku berjudul “The Art of Thought”.⁵⁴ Buku tersebut banyak bicara kreativitas. Teori populernya berkaitan dengan proses berpikir kreatif, yang dia yakini memiliki empat fase dari Kreativitas. Berikut empat fase tersebut:

- a. Tahap persiapan (*Preparation*). Semua kreativitas harus dimulai dengan fase persiapan. Pendapat Graham Wallas, ini adalah tahap awal di mana orang pertama kali mengumpulkan informasi dengan mempelajari kehidupan mereka. Juga persiapannya dapat dilakukan dengan memeriksa masalah yang akan dipecahkan, dengan mencari jawaban, yang lain bertanya dan seterusnya. Tahap kesiapan ini

⁵³ Muhammad Atha Ramaputra and Subhan Afifi, “Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi* 5, no. 2 (2021): 16–35.

⁵⁴ Graham Wallas, *The Art of Thought* (England: Penguin Books, 1970).



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.

mencakup setiap pengalaman dan usaha manusia, baik dalam pekerjaan tersebut terdapat kesalahan atau kekecewaan, semuanya masih tergolong dalam kategori sedang. inovatif sebagai tahap perencanaan.⁵⁵

- b. Inkubasi (*Incubation*). Tahap inkubasi adalah apa yang terjadi di mana pengalaman, informasi, dan data yang dibaca dan diperhatikan kemudian sengaja durenungkan dan setelah itu diendapkan. Semua pertemuan, informasi dan data yang dikumpulkan selama tahap pengaturan yang lalu disimpan selama tahap ini hingga akhirnya dibangkitkan. Bangkitnya inspirasi ini merupakan fase paling vital dalam melakukan atau mewujudkan perwujudan baru. Pada tahap ini, Wallas menyebutnya sebagai kondisi atau ekspresi yang bebas dari proses kesadaran pikiran.
- c. Iluminasi. Iluminasi adalah tahap awal pemahaman di mana munculnya inspirasi baru untuk mengatasi permasalahan. Munculnya inspirasi biasanya untuk menyelesaikan suatu masalah dengan melihat referensi dari pemikiran-pemikiran yang telah ada dan dijadikan rujukan untuk menangani permasalahan dan berkarya. M. Suyanto berpendapat bahwa tahap ini merupakan titik terang dalam hal kemampuan menjawab, melengkapi dan mengkomunikasikan data yang diperoleh secara imajinatif.⁵⁶
- d. Verifikasi. Tahap ini biasanya merupakan tahap pengujian. Pada tahap pengujian, segala pemikiran dan informasi yang baru disusun, disimpan dan dikomunikasikan, dicoba kebenaran dan kemungkinannya atau dilakukan pengecekan tuntas. Tahapan ini dapat dicoba dengan melakukan ujian dengan karya yang berbeda, meminta analisis dan ide dari orang lain. Kemudian ide-ide mereka dijadikan bahan untuk memperbaiki pemikiran dan pemikiran kita demi

⁵⁵ Utami Munandar, *Kreativitas Sepanjang Masa* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1988).

⁵⁶ M. Suyanto, *Strategi Perancangan Iklan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005).

kesempurnaan hasil karya kita sendiri. Pada akhirnya, tahap ini adalah untuk menguji apakah pemikiran tersebut substansial atau tidak.

Kreativitas pada penelitian ini ialah mengembangkan beragam kreativitas dalam penyampaian pesan atau informasi, mulai dari melakukan editing pada foto, menerapkan isi pesan, struktur, dan format pesan pada setiap konten yang diunggah, penulisan caption dengan berbagai cara kreatif, dan pengemasan pesan memanfaatkan fitur-fitur 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.

3. Media Sosial Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Philip dan Kevin Keller berpendapat bahwa sosial media adalah pertemuan bagi konsumen untuk berbagi data teks, gambar, video, dan suara yang berbeda satu sama lain dan dengan organisasi atau sebaliknya.⁵⁷ Media sosial merupakan ruang dimana pengguna dapat berinteraksi, berbagi, berkolaborasi, menampilkan diri, bahkan membentuk kelompok sosial virtual melalui ruang berbasis internet. Sosial media juga biasa diuraikan sebagai medium realitas sosial yang dapat berkomunikasi secara luas, baik dengan berbagi gambar, rekaman, dan data satu sama lain.⁵⁸

Platform media sosial ini adalah alat online yang memungkinkan pengguna berbagi informasi, minat, dan opini di forum. sebuah proyek yang menyatukan berbagai alat dan teknologi media sosial, seperti blog (Wordpress), mikroblog (Twitter), komunitas konten (YouTube), situs jejaring sosial (Facebook, Instagram, Path, dll.), dan hal lain yang dapat diakses melalui internet.⁵⁹ Dalam hal ini, istilah media sosial mengacu pada platform online tempat pengguna dapat dengan mudah berbagi, memulai blog, dan berpartisipasi dalam interaksi komunitas umum.

⁵⁷ Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Ekonomika* 12, no. 2 (2017): 212–31.

⁵⁸ : Fadli and Harisa Ramadhan, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan," *Jom FISIP* 4, no. 2 (2017), <http://www.beritateknologi.com>.

⁵⁹ Fahmi Anwar, "Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* 1, no. 1 (2017): 137, <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>.



Memiliki sifat yang cukup unik karena menggabungkan kemampuan audio, video, dan cetak membuat media online memiliki nilai lebih dibanding media tradisional.⁶⁰ Maka dari itu, dengan kelebihan tersebut, memungkinkan media online mempunyai potensi untuk digunakan sebagai media pembelajaran khususnya dalam mencari informasi

Pengaruh signifikan yang dimainkan media dalam kehidupan sosial saat ini mampu mempengaruhi kehidupan dan pola perilaku manusia dalam berbagai bidang. Jelas bahwa dampak media sosial telah meningkatkan penggunaan internet dan teknologi internet. Kemudian tindakan transmisi korespondensi media dari satu organisasi ke banyak kelompok banyak telah berhasil diubah oleh hiburan online hingga saat ini berubah menjadi tindakan korespondensi dialogis antara banyak kelompok. Selain itu, hiburan berbasis web menjunjung demokratisasi informasi dan data, memberdayakan masyarakat untuk berubah dari klien konten pesan menjadi pembuat pesan.⁶¹

Media sosial tidak dapat dipisahkan dari berbagai atribut hiburan online yang banyak digunakan saat ini. Atribut yang terdapat dalam hiburan online adalah: pertama, kerja sama. mendukung komitmen dan kritik dari setiap individu yang berminat memanfaatkannya atau perlu memanfaatkannya untuk mengaburkan batas antara massa dan media. Kedua, keterbukaan. Memberi suara, berbagi, dan berkomentar adalah semua cara untuk memberikan umpan balik dan mengambil bagian di sebagian besar media sosial. Terkadang, pembatasan akses ke dan penggunaan konten pesan (perlindungan kata sandi konten sering dianggap aneh). Ketiga, percakapan. Selain itu, pengguna dan percakapan dapat dilakukan dalam dua arah. Keempat, keterhubungan. Kemampuan untuk

⁶⁰ Gita Aprinta, "Fungsi Media Online Sebagai Media Literasi Budaya Bagi Generasi Muda," *Jurnal The Messenger* 5, no. 1 (2013): 16, <https://doi.org/10.26623/themessenger.v5i1.218>.

⁶¹ Arum Wahyuni Purbohastuti, "EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA 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.

memfasilitasi konektivitas antar pengguna dengan menyediakan fasilitas tautan (link) ke situs web, sumber informasi, dan untuk pengguna lain adalah yang membuat sebagian besar media sosial berhasil.⁶²

Kotler berpendapat bahwa kebutuhan adalah segala sesuatu yang penting bagi kelangsungan hidup manusia berupa barang atau jasa. Seseorang akan menjadi gelisah dan tidak bahagia jika kebutuhannya tidak terpenuhi. Kebutuhan dan keinginan menyerupai dua sisi mata uang yang saling mendukung. Karena keinginan itu berasal kebutuhan manusia yang dibentuk oleh cara hidup dan karakter seseorang.⁶³

Menurut Krech, Crutchfield, dan Ballachey perkembangan kebutuhan individu dipengaruhi oleh keadaan fisiologis, keadaan, dan pemahamannya. Sepanjang hidup setiap orang pada umumnya menghadapi dugaan kebutuhan bersama masalah. Kebutuhan muncul ketika ada kesenjangan antara harapan dan kenyataan, antara apa yang seharusnya dan keadaan saat ini.⁶⁴ Kemudian Katz, Gurevitch, dan Haas seperti yang dikutip oleh Alexis Tan, kebutuhan yang harus dipenuhi adalah:⁶⁵

- a. Kebutuhan kognitif, kebutuhan ini diharapkan dapat memperluas informasi dan pemahaman individu mengenai iklim. Kebutuhan ini bermula dari kerinduan individu untuk memahami dan mengendalikan iklim. Kita umumnya memiliki pandangan ingin tahu terhadap segala sesuatu yang telah terjadi atau sedang terjadi, misalnya dalam kehidupan sehari-hari. Jika pasti, ia juga sering ingin mengetahui apa yang akan terjadi di masa depan. Ada banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan intelektual seseorang, mulai dari media hingga percakapan yang biasanya dilakukan di toilet atau ruang publik lainnya.

⁶² Arum Wahyuni Purbohastuti.

⁶³ Maha Ramdhani Ningsih, "Kebutuhan Informasi Dan Perilaku Pencarian Informasi Peneliti Pusat Penelitian Biomaterial Lipi," *Acarya Pustaka* 6, no. 1 (2018): 53–65, <https://doi.org/10.23887/XXXXXX-XX-0000-00>.

⁶⁴ Nur Riani, "Model Perilaku Pencarian Informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur)," *Publication Library and Information Science* 1, no. 2 (2017): 14, <https://doi.org/10.24269/pls.v1i2.693>.

⁶⁵ Riani.

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.

- b. Kebutuhan afektif, kebutuhan ini berhubungan dengan hal-hal yang bisa menyenangkan dan pengalaman emosional. Media korespondensi bisa dimanfaatkan sebagai perangkat untuk memenuhi penuh kebutuhan perasaan misalnya TV, radio, dan PC. Dalam bahasan ini, afektif diartikan sebagai rasa harga diri dalam hubungannya dengan keadaan, waktu, lingkungan, dan orang lain. Akibatnya, mungkin kita bisa mendekati fenomena dan peristiwa yang terkait dengan keragaman dengan kebijaksanaan.
- c. Kebutuhan untuk mengintegrasikan diri, membutuhkan dukungan, kepercayaan, soliditas dan juga status individu. Kebutuhan ini berasal dari energi individu untuk mencari keberanian. Kita bisa membaca dengan teliti untuk informasi melalui web. Sikap kita kemudian akan semakin matang, berbekal informasi manual dan online.
- d. Kebutuhan integrasi sosial, adalah kebutuhan untuk berbicara dengan teman, keluarga, dan orang lain di depan umum. Keinginan seseorang untuk berbicara dengan orang lain atau berkumpul mendorong kebutuhan ini.
- e. Obrolan, email, Facebook, dan game online, misalnya, memungkinkan orang berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia.
- f. Kebutuhan berkhayal, kebutuhan ini terkait dengan keinginan akan hiburan, pelepasan dari ketegangan, dan pelarian. Jika seseorang kecewa dengan aktivitas publik di lingkungannya saat ini, mereka kemudian dapat melarikan diri ke dunia yang ideal, seperti internet.

Menurut Jogiyanto HM, pengertian informasi adalah perubahan informasi menjadi suatu struktur yang lebih bermanfaat bagi penerima manfaat dan menggambarkan kejadian nyata untuk mendapatkan arahan.⁶⁶

Kebutuhan akan informasi merupakan salah satu kebutuhan hidup yang sangat bermanfaat bagi individu. Informasi diperlukan untuk hal-hal seperti memenuhi kebutuhan, bersenang-senang, belajar, mengambil keputusan, dan

⁶⁶ Jogiyanto HM, *Analisis Dan Desain System Informasi, Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek* (Yogyakarta, 2005).

sebagainya. Selain itu, informasi diperlukan untuk membenaran atau koreksi suatu peristiwa, prediksi keadaan yang akan datang, dan penambahan wawasan dan pengetahuan. Seseorang secara naluriah akan mencari informasi berdasarkan kebutuhan mereka.⁶⁷

Nicholas mengemukakan sepuluh faktor yang mempengaruhi kebutuhan informasi yaitu faktor orientasi individu, faktor usia, faktor aksesibilitas waktu dalam proses pencarian data, faktor akses data, biaya yang dikeluarkan selama mencari data yang dibutuhkan, dan faktor kelebihan beban data.⁶⁸

Melalui Instagram, klien juga umumnya mendapatkan berita-berita yang sesuai dengan kebutuhan klien, berita-berita yang muncul di timeline Instagram berkaitan dengan akun Instagram yang mereka ikuti. Meningkatnya jumlah pengguna Instagram juga bisa dijadikan peluang bagi para penulis untuk menjadikan Instagram sebagai sarana informasi dan berita untuk menjangkau orang banyak.⁶⁹

Menurut Syaffril mengidentifikasi jenis kebutuhan informasi, pertama *current need approach*, yaitu metode untuk mengatasi kebutuhan pengguna akan informasi terkini dengan tujuan menambah dan memperluas pengetahuan. Pola interaksi yang konsisten juga diperlukan antara pengguna dan sistem informasi. Kedua, *everyday need approach*, yaitu mempertimbangkan kebutuhan langsung dan khusus pengguna. Selain itu, pola informasi yang dibutuhkan pengguna adalah informasi yang biasa mereka temui atau informasi secara spesifik, cepat, dan rutin. Ketiga, *exhaust need approach*, yaitu adalah strategi untuk memenuhi kebutuhan pengguna akan informasi yang komprehensif, dalam arti pengguna yang sangat bergantung

⁶⁷ Afifatul Laili, Garnis Dewi Rahmawati, and Lizha Dzalila, "Efektivitas Akun Instagram @JAKPOSTIMAGES Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers," *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 10, no. 2 (2021): 101–9, <http://doi.org/10.33366/jisip.v10i2.2248>.

⁶⁸ Tri Rahma Kusuma Wardani, Heri Suwignyo, and Dwi Novita Ernaningsih, "Kebutuhan Informasi Dan Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Komunitas Akar Tuli," *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi* 2, no. 2 (2018): 105–12, <https://doi.org/10.17977/um008v2i22018p105>.

⁶⁹ Mahmudah and Rahayu, "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan."

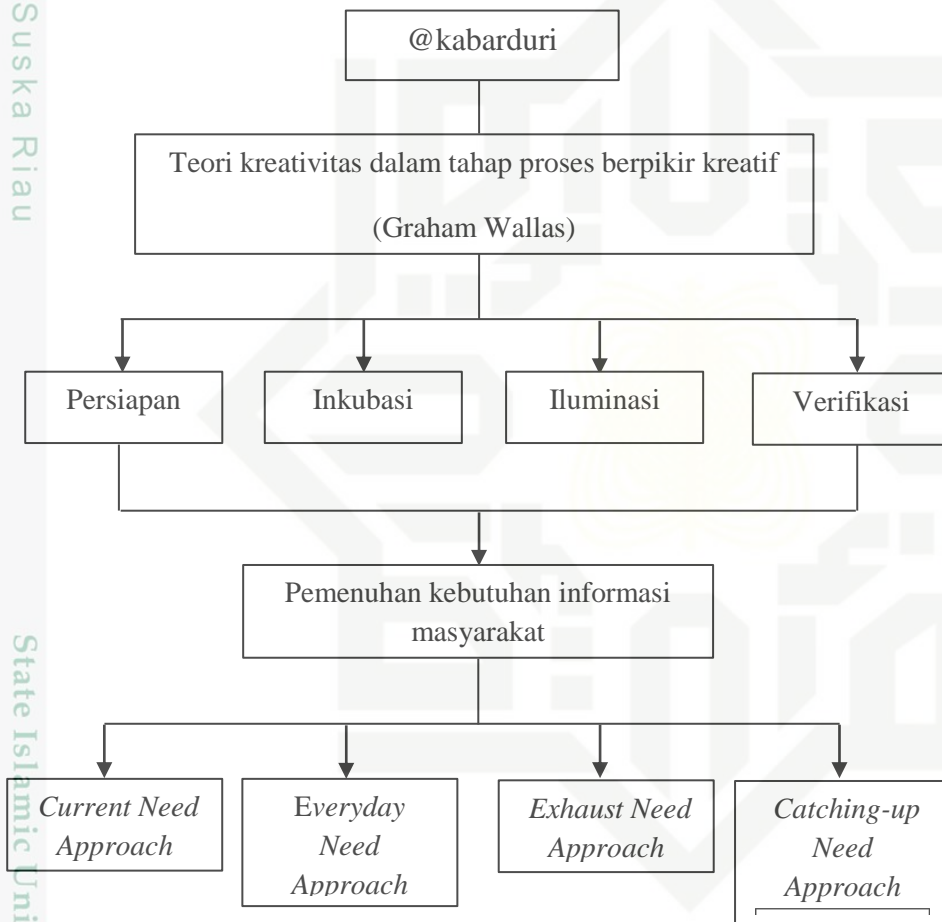
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

pada informasi yang diperlukan, tepat, dan lengkap. Keempat, *catching-up need approach*, yaitu strategi yang memberikan informasi yang jelas kepada pengguna.

C. Kerangka Berfikir

**Bagan 2.1
Kerangka Pikir**



Sumber: Kerangka Pikir Peneliti, 2023

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 METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman holistik tentang suatu fenomena melalui penggunaan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam latar yang unik dan alami, dan dengan menggunakan berbagai metode ilmiah.⁷⁰

Penelitian ini bersifat deskriptif, menurut Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian ini dilakukan dalam latar alami dengan tujuan menginterpretasikan kejadian.⁷¹ Dalam penelitian kualitatif deskriptif, hanya fenomena yang diselidiki yang dideskripsikan atau dideskripsikan secara sistematis, faktual oleh peneliti. Setelah itu, data dianalisis untuk menarik kesimpulan. Tujuan penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk mendeskripsikan dan merangkum berbagai kondisi masyarakat atau fenomena sosial. Pendekatan deskriptif kualitatif diharapkan dapat memberikan informasi yang komprehensif mengenai tuturan, tulisan, dan perilaku yang dapat diamati dalam kelompok, komunitas, dan organisasi.⁷²

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akun @kabarduri bersama founder dan *followers* @kabarduri. Waktu penelitian dimulai pada bulan Agustus sampai September 2023.

⁷⁰ Lexy J Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006). 6

⁷¹ Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. Ella Devi Lestari, 1st ed. (Sukabumi: CV Jejak, 2018), https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_penelitian_kualitatif/59V8DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0.

⁷² Jalaludin Rachmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005).24

C. Sumber Data

Adapun sumber data penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang berasal langsung dari sumber data pertama di lokasi atau objek penelitian dan informasi penting yang didapat langsung dari sumbernya.⁷³ Oleh karena itu, wawancara dan observasi terhadap informan yang merupakan founder @kabarduri menjadi sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Data Sekunder

Data pelengkap dan pembantu yang dikumpulkan untuk melengkapi data penelitian disebut sebagai sumber data sekunder. Data yang diperoleh dari buku, catatan, laporan, dokumen, dan website dianggap sebagai sumber data sekunder. Dalam penelitian yang menjadi sumber data kedua adalah berupa akun Instagram @kabarduri dan profil yang terdapat di website @kabarduri.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang mampu memberikan gambaran dan cerita yang mendetail tentang dirinya dan terutama tentang orang lain, situasi, kondisi, atau peristiwa di lokasi penelitian.⁷⁴ Teknik purposive sampling digunakan dalam pengambilan sampel untuk penelitian ini. Teknik ini memiliki tujuan untuk dapat mewakili karakteristik populasi.⁷⁵ Purposive sampling dalam teknik ini, siapa yang akan diambil sebagai anggota sampel diserahkan pada pertimbangan pengumpulan data yang menurut dia sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.⁷⁶ Jadi, pengumpulan data yang telah diberi penjelasan oleh peneliti akan mengambil siapa saja yang menurut pertimbangannya sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

Orang-orang yang dijadikan sebagai informan perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang isu-isu yang akan diteliti dan memiliki

⁷³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: prenadamedia Group, 2005), 132.

⁷⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 132.

⁷⁵ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2006).150

⁷⁶ Kusnaka Adimirhardja, *Metode Penelitian Sosial (Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Dan Ilmu Sosial Lainnya)* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002).

pengetahuan yang benar-benar mengetahui tentangnya. Pihak-pihak yang memberikan informasi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No	Jabatan/Posisi	Nama Informan
1	Pemimpin Redaksi	Ramadhan Kurnia Putra
2	Redaktur Pelaksana	Zakir
3	Redaktur Harian	Hafis
4.	<i>Followers @kabarduri</i>	- Zulfikri - Novita Sari - Yovie

Berdasarkan tabel diatas, terdapat beberapa informan yang merupakan follower @kabarduri, yang mana mereka terpilih karena memiliki kriteria sudah lama mengikuti akun tersebut, serta aktif melihat postingan ataupun *snapgram*, dan memberikan *like* disetiap postingannya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*depth interview*), yaitu untuk memperoleh data yang lengkap dan mendalam, wawancara mendalam merupakan metode pengumpulan data atau informasi secara tatap muka ataupun melalui via sosial media dengan informan. Pewawancara tidak memiliki kendali atas tanggapan informan selama wawancara mendalam ini, sehingga informan bebas menjawab pertanyaan dan wawancara dilakukan secara berulang-ulang.⁷⁷ Tujuan wawancara ini ialah untuk mendapatkan informasi, data tentang bagaimana kreativitas @kabarduri dalam pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Kota Duri. Wawancara dilakukan melalui tatap muka secara langsung dan melalui via *WhatsApp*.

⁷⁷ Rachmat Kriyantono Ph.d, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, 1st ed. (Kencana, 2006), [https://www.google.co.id/books/edition/Teknik_Praktis_Riset_komunikasi/gI9ADwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Rachmat+Kriyanto,+Ph.d+Teknik+Praktis+Riset+Komunikasi+Kuantitatif+Dan+Kualitatif+\(Jakarta:+Prenadamedia+Group,2006&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Teknik_Praktis_Riset_komunikasi/gI9ADwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Rachmat+Kriyanto,+Ph.d+Teknik+Praktis+Riset+Komunikasi+Kuantitatif+Dan+Kualitatif+(Jakarta:+Prenadamedia+Group,2006&printsec=frontcover).

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. Observasi

Melalui observasi langsung yang dilakukan melalui akun media sosial @kabarduri, kegiatan observasi dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai suatu peristiwa atau fenomena sosial. Untuk mengumpulkan data tambahan, peneliti dalam penelitian ini menggunakan observasi partisipan dan non partisipan, khususnya observasi langsung dan tidak langsung oleh informan.⁷⁸

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data kualitatif dengan cara melihat atau menganalisis dokumen tentang suatu subjek yang dibuat oleh subjek atau orang lain.⁷⁹ Maka dokumentasi penelitian ini, penulis memperoleh data dari arsip-arsip, laporan atau dokumen foto yang berkaitan dengan masalah penelitian. Selain itu, pendokumentasian mencari aktivitas @kabarduri dalam menggunakan Instagram, termasuk mengunggah foto atau video ke story. Lalu, mengambil screenshot dan merekamnya menggunakan screen recording pada smartphone,

F. Validitas Data

Alat ukur penelitian diuji untuk melihat apakah datanya dapat diandalkan. Triangulasi memastikan validitas data penelitian. Triangulasi adalah metode untuk membandingkan data dari sumber yang berbeda untuk melihat seberapa andal data tersebut.⁸⁰ Triangulasi sumber data memastikan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini. Dimana triangulasi sumber data untuk menguji keabsahan data penulis menggunakan triangulasi sumber. Ini melibatkan membandingkan hasil data penelitian satu informan dengan data penelitian informan lain, kemudian menganalisis, mengevaluasi,

⁷⁸ Ibid, 64

⁷⁹ Anggito and Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif, 1st ed.* (CV Jejak, 2018), hlm

⁸⁰ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).

dan mencocokkan data untuk mendapatkan beragam data yang relevan dengan penelitian.⁸¹

G. Teknik Analisis Data

Proses mencari dan menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dikenal dengan istilah analisis data. Analisis data melibatkan pengorganisasian data, memilih mana yang penting, mana yang perlu dipelajari, dan menarik kesimpulan yang jelas. Metode pengumpulan data, reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan yang disarankan oleh Miles dan Hubberman digunakan oleh para peneliti dalam penelitian ini.⁸²

Langkah-langkah berikut ditemukan dan disusun melalui analisis data:

- 1) Reduksi data, Reduksi data adalah proses penyederhanaan data mentah dengan cara memilih, memfokuskan, dan memvalidasinya menjadi informasi yang bermakna agar lebih mudah menarik kesimpulan.
- 2) Penyajian data Dalam penelitian kualitatif, penyajian data secara naratif sering digunakan. Data yang disajikan disajikan sebagai kumpulan informasi yang tertata dengan baik dan mudah dipahami.
- 3) Menarik kesimpulan Langkah terakhir dalam analisis data adalah menarik kesimpulan. Ini melibatkan melihat hasil mereduksi data dengan tetap tunduk pada rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai atau diwujudkan. Untuk mengatasi masalah mendasar, perbandingan antara data yang dikumpulkan dibuat.

⁸¹ Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif, Pendekatan Praktis Penulisan Proposal Dan Laporan Penelitian* (Malang: UMM Press, 2010).

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015).



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. Kabar Duri

KabarDuri adalah salah satu media digital di Riau yang diluncurkan sejak 7 Juli 2017 melalui platform Instagram yang bernama @kabarduri, yang mana dikelola oleh Ramadhan Kurnia Putra selaku *founder* akun tersebut. KabarDuri merupakan sebuah organisasi yang dikelola sendiri tanpa campur tangan pemerintah. Selain memiliki akun Instagram, Kabarduri memiliki portal berita yang diarahkan untuk memberitakan dan membicarakan seputar kejadian dan informasi yaitu Kabarduri.net. Kabarduri.net merupakan bagian PT. Gradian Riau Media Siber yang resmi diterbitkan pada tanggal 2 Agustus 2021.

KabarDuri menggunakan berbagai platform sosial media yang saat ini banyak dimanfaatkan anak muda untuk menyalurkan berbagai informasi. Informasi-informasi yang tersebar tersebut kemudian dibundel agar lebih mudah dikenali oleh anak-anak muda yang umumnya merupakan klien hiburan berbasis web. Bermula dari panggung Instagram, KabarDuri kini telah berkembang dengan menggabungkan berbagai macam panggung hiburan berbasis web seperti Facebook (2.600 penyembah dan 1.800 halaman suka), YouTube (575 endorser), dan memiliki situs otoritas khususnya Kabarduri.net

KabarDuri pertama kali dibangun dengan konsep citizen journalism (jurnalisme warga). Artinya, Setiap orang mempunyai pilihan untuk terus-menerus membuat berita sesuai persepsinya berdasarkan bukti-bukti substansial di lapangan. Dengan demikian, berita yang digemari adalah berita yang datang dari penghuninya, dibuat oleh warga dan kemudian diapresiasi oleh warga, khususnya warga Kota Duri, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Selain mendapatkan berita dari warganya, saat ini @kabarduri memproduksi berita sendiri dan memiliki perwakilan Jurnalis di berbagai Kabupaten dan Kota yang ada di Riau, Sumatera Barat, Sumatera Utara, dan Kepulauan Riau. Informasi yang disajikan termasuk universal, hal ini dapat dilihat dari berbagai

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.

macam informasi yang disediakan. Ini termasuk cuaca, jadwal dan acara surga di Duri, dan informasi lain yang diperoleh dari pendukung @kabarduri. Akun @kabarduri memiliki tujuan sementara untuk menjadi media pilihan bagi masyarakat di dalam dan luar Kota Duri. Yang berpusat hanya pada isu-isu atau peristiwa-peristiwa yang ada dan terjadi di Riau dan Luas. Terkait target yang berlarut-larut, @kabarduri diubah menjadi sebuah media yang akan bekerja sama khususnya dengan masyarakat Duri dalam mengakses data, namun juga saling bertukar data, dimana masyarakat adalah pemberi dan penerima informasi, dan disana juga setiap pemberitaan. atau informasi dapat dijawab secara lugas sehingga terjadi pertukaran publik yang cerdas dan dinamis.

Akun Instagram @kabarduri memiliki segudang konten menarik yang dapat memenuhi kebutuhan informasi para peminatnya, khususnya seputar berita terkini, pendidikan, budaya, kuliner, industri perjalanan dan gaya hidup serta sebagai sarana bagi para pendukungnya untuk berbagi informasi.

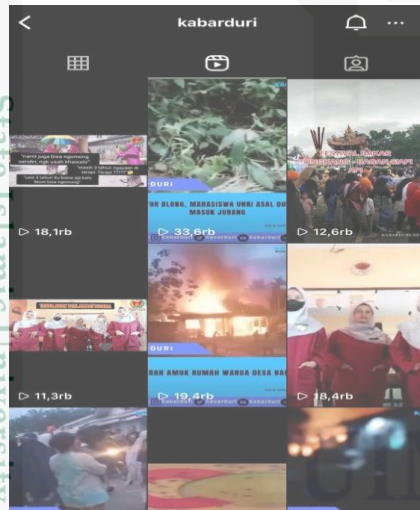
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Tampilan Fisik Instagram Kabarduri

Gambar 4.1
Profil Instagram Kabarduri



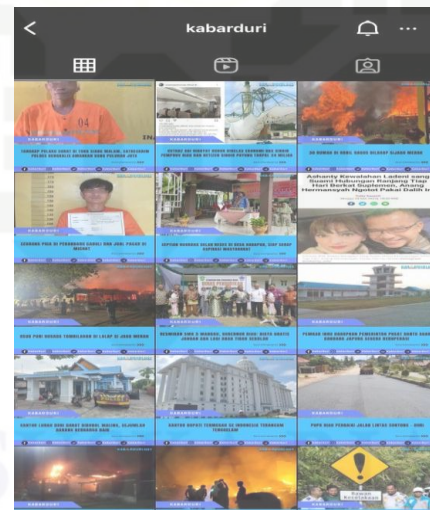
Gambar 4.3
Instagram Reels Kabarduri



Gambar 4.2
Instagram Story Kabarduri



Gambar 4.4
Instagram Feed Kabarduri



Sumber: Akun Instagram Kabarduri, Juli 2023

C. Karakteristik Followers Kabarduri

Sebagian besar *followers* Kabarduri adalah warga Riau, khususnya Kota Duri. Tidak hanya mendapatkan informasi, para pengikut juga berhasil

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

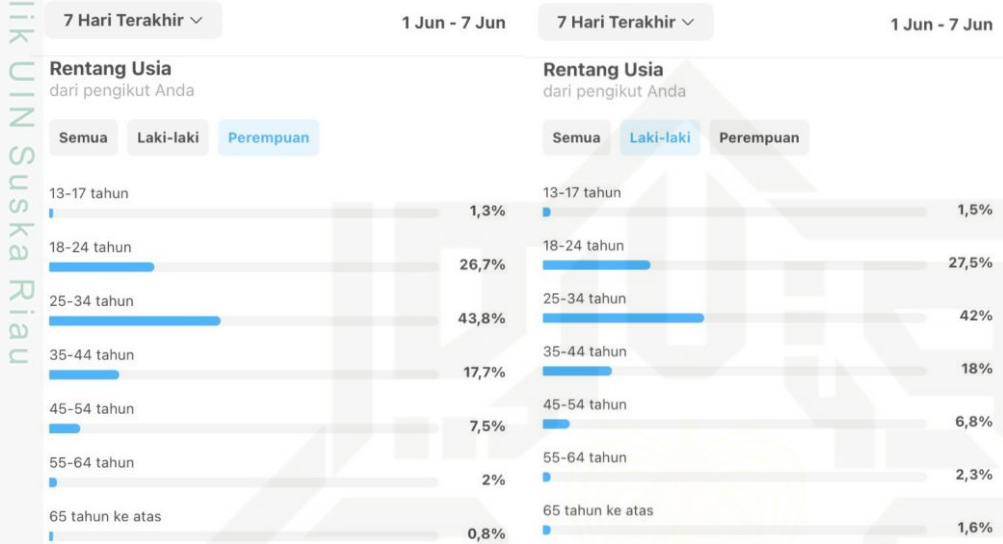
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

memberikan informasi tentang peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Sehingga Kabarduri menjadi penghubung antara penghuni yang berada di Kota Duri dan di luar Kota Duri.

Gambar 4.5
Insight Kabarduri



Gambar 4.6
Audiens Kabarduri

Jenis Kelamin
dari pengikut Anda



Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa rentang usia *followers* Kabarduri paling banyak berusia 25-34 tahun. Begitu pula jenis kelamin kebanyakan laki-laki daripada perempuan.

D. Kreativitas @kabarduri

Gambar 4.7
Instastory @kabarduri



Sumber: Akun Instagram Kabarduri, Oktober 2023

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa ketika @kabarduri baru saja memposting informasi terbaru di beranda, kadangkala tidak terlihat oleh *followers*. maka mereka juga akan mempostingnya di *instastory* untuk menarik perhatian followers agar mereka membaca informasi tersebut dengan mudah yaitu mengklik tautan tersebut.

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 4.8
Feeds Instagram @kabarduri



Sumber: Akun Instagram Kabarduri, Oktober 2023

Gambar diatas terlihat bahwa tampilan beranda @kabarduri sangat rapi, dengan template yang konsisten dan menarik serta tidak tercampur oleh banyaknya *endorse*, jadi *followers* tidak kesulitan ketika ingin mencari berita yang dibutuhkan.

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.

Gambar 4.9
Instastory Instagram @kabarduri



Sumber: Akun Instagram Kabarduri, Agustus 2023

Dilihat dari gambar diatas, @kabarduri melakukan interaksi di Instastory dengan tujuan membantu *followers* dengan menyebarkan informasi kehilangan kepada *followers* lainnya. Hal tersebut tentunya dapat menjalin kedekatan antara @kabarduri dengan masyarakat (*followers*).



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

Kesimpulan dari penelitian ini ialah dalam menyebarkan informasi untuk pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat tentunya harus memerlukan kreativitas dengan melahirkan pemikiran-pemikiran yang kreatif. @kabarduri beranggapan bahwa kreativitas itu penting ketika membuat konten untuk membuat konten yang menarik dan berbeda dari yang lain, namun harus tetap mempertahankan identitas @kabarduri, apalagi dalam penyebaran informasi harus jelas sampai kepada khalayak dan dapat dipahami oleh semua orang. Adapun saat pembuatannya, @kabarduri telah sesuai dengan teori kreativitas Graham Wallas dalam tahap proses berpikir kreatif, dimulai dari tahap persiapan, inkubasi, iluminasi, sampai tahap verifikasi.

Dalam pemenuhan kebutuhan informasi, seperti yang dipaparkan di atas bahwa hubungan antara penggunaan akun Instagram @kabarduri bagi *followers* dengan pemenuhan kebutuhan informasi Current Need Approach memiliki hubungan yang kuat dan *followers* @kabarduri berpendapat bahwa postingan pada akun tersebut mampu memenuhi kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir, juga dapat menambah pengetahuannya.

B. Saran

Adapun saran yang diberikan pada penelitian ini ialah bagi penulis selanjutnya, penulis menyarankan agar dapat mengembangkan cakupan permasalahan yang baru yang belum terungkap dalam penelitian karna penelitian ini memiliki keterbatasan dengan hanya mengacu pada satu hal yakni bagaimana Kreativitas @kabarduri Dalam Pemenuhan kebutuhan Informasi Masyarakat Kota Duri.



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 PUSTAKA

- Anggito, Albi, And Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edited By Ella Devi Lestari. 1st Ed. Sukabumi: Cv Jejak, 2018. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kualitatif/59v8dwaaqbaj?hl=id&gbpv=0.
- Anugratami, Febri, Maylanny Christin, And Berlian Primadani Satria Putri. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Motivasi Followers Pada Akun @Merryriana (Periode 01 Desember 2014 - 17 Januari 2015).” *Eproceedings Of Management* 2, No. 2 (August 1, 2015). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/Management/Article/View/889>.
- Anwar, Fahmi. “Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni* 1, No. 1 (2017): 137. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>.
- Aprinta, Gita. “Fungsi Media Online Sebagai Media Literasi Budaya Bagi Generasi Muda.” *Jurnal The Messenger* 5, No. 1 (2013): 16. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v5i1.218>.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Ekonomika* 12, No. 2 (2017): 212–31.
- Atiko, Gita, Ratih Hasanah Sudrajat, Kharisma Nasionalita, Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, And Universitas Telkom. “Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel).” *Eproceedings Of Management* 3, No. 2 (August 1, 2016). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/Management/Article/View/2344>.
- Ayutiani, Difa Nurhasna, And Berlian Primadani Satria Putri. “Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner.” *Profesi Humas* 3, No. 1 (August 10, 2018): 39–59. <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas/article/view/11683>.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Prenadamedia Group, 2005.
- Cahyono, Anang Sugeng. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia” 9, No. 1 (2016). [file:///C:/Users/User/Downloads/79-Article Text-148-1-10-20170314.Pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/79-Article%20Text-148-1-10-20170314.Pdf).
- Cangara, Hafied. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2013.

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.

- Chotijah Fanaqi. "Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Dakwah* 22, No. 1 (2021): 105–30.
- Desfiana, Muhammad Fauzi Rohimat, And Satya Indra Karsa. "View Of Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." *Riset Manajemen Komunikasi* 1 (2021): 23–29. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/jrmk/article/view/66/76>.
- Dewi, Farah Kamila, And Raditya Pratama Putra. "Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing" 2, No. 2 (2022): 758–62. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/bcscm/article/view/4175/1633>.
- "Digital In Indonesia: All The Statistics You Need In 2021 — Datareportal – Global Digital Insights." Accessed January 14, 2023. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- Djudin, Tomo. "Mendekati Makna 'Kreativitas' Dan Model Pembelajaran." *Jurnal Cakrawala Kependidikan* 9, No. 1 (2011): 1–104.
- Dwi, Errika, And Setya Watie. "Periklanan Dalam Media Baru." *Jurnal The Messenger* 4, No. 1 (March 23, 2016): 37–43. <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/275>.
- Fadli, :, And Harisa Ramadhan. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @Mr.Creampuff Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan." *Jom Fisip* 4, No. 2 (2017). <http://www.beritateknologi.com>.
- Farid, Muhammad Mifta, And Muhammad Ari Revaldo. "Efektivitas Media Sosial Dalam Penyebarluasan Informasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Banyuasin." *Firm Journal Of Management Studies* 6, No. 1 (2021): 95. <https://doi.org/10.33021/firm.v6i1.1438>.
- Fauziah, Siti Nurbaiti. "Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @Infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers." *Ilmu Komunikasi* Iii, No. I (2020): 13–24.
- Fitri, Annisa Nurintha, Lestari Bunga Pertiwi, And Marisa Puspita Sary. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019 [The Impact Of Tiktok Social Media On The Creativity Of Communication Studies Students, Jakarta State University Class Of 2019]." *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 13, No. 1 (2021): 37–46.
- Gumilar, Gungum. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion Di Kota Bandung." *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* V, No. 2 (2015).
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

- Habibah, Astrid Faidlatul, And Irwansyah. “Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru.” *Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis* 3, No. 2 (2021).
[Http://Jurnal.Unidha.Ac.Id/Index.Php/Jteksis/Article/View/255/170](http://Jurnal.Unidha.Ac.Id/Index.Php/Jteksis/Article/View/255/170).
- Hamidi. *Metode Penelitian Kualitatif, Pendekatan Praktis Penulisan Proposal Dan Laporan Penelitian*. Malang: Umm Press, 2010.
- Herawati, Siska. “Efektifitas Akun Instagram @Lokerpalembang_Terbaru Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Masyarakat Kota Palembang.” *Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Sriwijaya*, 2019, 20.
- Herlina, Novi, Pembimbing: Evawani, Elysa Lubis, M Si Jurusan, Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, Pekanbaru Kampus, Et Al. “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat.” *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau* 4, No. 2 (2017): 1–15.
- Hm, Jogiyanto. *Analisis Dan Desain System Informasi, Pendekatan Terstruktur Teori Dan Praktek*. Yogyakarta, 2005.
- Husna, Saripah. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha,” 2021, 1–83.
- Inayati, Auvia. “Efektivitas Akun Instagram Wargabanua Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Kalimantan Selatan (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uniska Banjarbaru),” 2020.
- Jihan, Mutohharun. “Intervensi New Media Dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan Di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi Islam* 3, No. 2 (2013): 322–48.
- Juanda Komunikasi Dan Penyiaran Islam Pascasarjana Uin Ar-Raniry Banda Aceh, Heri. “Media Sosial Sebagai Penyebarluasan Informasi Pemerintah Aceh.” *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 1, No. 1 (October 19, 2017). <https://Jurnal.Ar-Raniry.Ac.Id/Index.Php/Peurawi/Article/View/1988>.
- Lalli, Afifatul, Garnis Dewi Rahmawati, And Lizha Dzalila. “Efektivitas Akun Instagram @Jakpostimages Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.” *Jisip : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 10, No. 2 (2021): 101–9. <https://Doi.Org/10.33366/Jisip.V10i2.2248>.

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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



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.

- Maharani, Verisha Erina, And Amalia Djuwita. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang." *E-Proceeding Of Management* 7, No. 2 (2020): 4566–74. <https://Openlibrarypublications.Telkomuniversity.Ac.Id/Index.Php/Management/Article/View/13573/13098>.
- Mahmudah, Siti Muslichatul, And Muthia Rahayu. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 2, No. 1 (2020): 1–9. <https://Doi.Org/10.33366/Jkn.V2i1.39>.
- Moelong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2006.
- Munandar, Utami. *Kreativitas Sepanjang Masa*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1988.
- . "Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat," 1995, 19–121.
- Norhabiba, Fitri, And Sukma Ari Ragil Putri. "Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, No. 1 (2018): 8. <https://Doi.Org/10.14710/Interaksi.7.1.8-15>.
- Nugroho, Catur. *Cyber Society Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi*. 1st Ed. Jakarta: Kencana, 2020.
- Nusantara, Cahya. "Peran Media Sosial Untuk Peningkatan Kreativitas." *Jurnal Kewarganegaraan* 1, No. 2 (2017): 37–40. <https://Journal.Upy.Ac.Id/Index.Php/Pkn/Article/Download/923/Pdf>.
- Permasih, Imas, Yusuf Zaenal Abidin, And Abdul Aziz Ma'arif. "Pengelolaan Media Sosial Instagram Humas Pemerintah Provinsi Jawa Barat." *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat* 3, No. 1 (2018): 25–46. <https://Jurnal.Fdk.Uinsgd.Ac.Id/Index.Php/Reputation/Article/View/584/98>.
- Ph.D, Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. 1st Ed. Kencana, 2006. [https://Www.Google.Co.Id/Books/Edition/Teknik_Praktis_Riset_Komunikasi/Gi9adwaaqbaj?Hl=Id&Gbpv=1&Dq=Rachmat+Kriyanto,+Ph.D+Teknik+Praktis+Riset+Komunikasi+Kuantitatif+Dan+Kualitatif+\(Jakarta:+Prenadamedia+Group,2006&Printsec=Frontcover](https://Www.Google.Co.Id/Books/Edition/Teknik_Praktis_Riset_Komunikasi/Gi9adwaaqbaj?Hl=Id&Gbpv=1&Dq=Rachmat+Kriyanto,+Ph.D+Teknik+Praktis+Riset+Komunikasi+Kuantitatif+Dan+Kualitatif+(Jakarta:+Prenadamedia+Group,2006&Printsec=Frontcover).
- Pramiyanti, Alila, Idola Perdini Putri, And Reni Nureni. "Motif Remaja Dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja Di Daerah Sub-Urban Kota Bandung)." *Komuniti* Vi, No. 2 (2014): 95–103. <http://Portalpengusaha.Com/Marketing>.



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.
- Puspita, Yesi. "The Usage Of New Media To Simplify Communication And Transaction Of Gay Prostitute." *Jurnal Pekommas* 18, No. 3 (2015): 203–12.
- Puspitarini, Dinda Sekar, And Reni Nuraeni. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)." *Jurnal Common* 3, No. 1 (2019): 71–80. <https://doi.org/10.34010/Common.V3i1.1950>.
- Putra, Komang Angga Maha, And Kadek Angga Dwi Astina. "Pemanfaatan Media Instagram Multiple Post Sebagai Sarana Edukasi Berbasis Visual Bagi Warganet." *Jurnal Nawala Visual* 1, No. 2 (2019): 113–21. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual/article/view/42/26>.
- Rachmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2005.
- Ramaputra, Muhammad Atha, And Subhan Afifi. "Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi* 5, No. 2 (2021): 16–35.
- Ramdhani Ningsih, Maha. "Kebutuhan Informasi Dan Perilaku Pencarian Informasi Peneliti Pusat Penelitian Biomaterial Lipi." *Acarya Pustaka* 6, No. 1 (2018): 53–65. <https://doi.org/10.23887/Xxxxxx-Xx-0000-00>.
- Ready, Algu, And Rummyeni. "Penggunaan Media Online Sebagai Sumber Informasi." *Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau* 3, No. 1 (2016). <https://jom.unri.ac.id/index.php/jomfsip/article/view/8438>.
- Ri'aeni, Ida. "Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya Di Indonesia." *Jurnal Komunikasi* 9, No. 2 (2015): 187–97. <https://doi.org/10.20885/Komunikasi.Vol9.Iss2.Art5>.
- Riani, Nur. "Model Perilaku Pencarian Informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi (Studi Literatur)." *Publication Library And Information Science* 1, No. 2 (2017): 14. <https://doi.org/10.24269/Pls.V1i2.693>.
- Ridwan, Salwa Salsabilla, And Wulan Purnama Sari. "Analisis Kreativitas Konten Interaktif Di Media Sosial Instagram Majalah Sunday," 2022, 62–70. <http://repository.untar.ac.id/id/eprint/34750>.
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. *Kreativitas Dan Inovasi Di Tempat Kerja*. Edited By Kasdin Sihotang And Nesia Putri Amarasthi. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Byagdwaqbaj&oi=fnd&pg=pa3&dq=pengertian+kreativitas+&ots=Klyfptep2b&sig=Lts3o tquqxqlqezf5jdrzrpn9q&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian+kreativitas&f=false.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Sandi, Bemi Hary. “Perancangan Konsep Desain Logo Kota Duri Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau.” *Journal Information* 10, No. 56 (2021): 1–16.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suyanto, M. *Strategi Perancangan Iklan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Syafaah, Darisy, And Gallih Ari. “Strategi Komunikasi Akun Instagram @Kacamata_T Ulungagung Sebagai Media Informasi Masyarakat.” *Al-I’lam; Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 5, No. 1 (2021): 22–31.
- Wahyudin, Delmia, And Cardina Putri Adiputra. “Analisis Literasi Digital Pada Konten Instagram @Infinitygenre.” *Wacana, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 18, No. 1 (2019). <https://doi.org/10.32509/Wacana.V18i1.744>.
- Wallas, Graham. *The Art Of Thought*. England: Penguin Books, 1970.
- Wardani, Tri Rahma Kusuma, Heri Suwignyo, And Dwi Novita Ernaningsih. “Kebutuhan Informasi Dan Upaya Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Komunitas Akar Tuli.” *Bibliotika: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi* 2, No. 2 (2018): 105–12. <https://doi.org/10.17977/Um008v2i22018p105>.
- Wibowo, Anggita Cahyani Putri, And Widya Sastika. “Pengembangan Konten Media Sosial Instagram Mufidah Official Tahun 2022 Content Development Of Mufidah Official Social Media Instagram In 2022” 8, No. 5 (2022): 515–21.

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.

LAMPIRAN

DRAFT WAWANCARA

a. Pertanyaan untuk *Founder* (Pemimpin Redaksi) Kabarduri

1. Bagaimana awal mula @kabarduri dibangun?
2. Apa tujuan kedepannya membangun Kabarduri?
3. Siapakah target followers yang diharapkan Kabarduri?
4. Dalam menyebarkan informasi, media apa saja yang digunakan? Dan mengapamemilih media tersebut?
5. Selain Instagram, platform apa saja yang digunakan untuk menyebarkan informasi? Mengapa memilih platform tersebut?
6. Manakah platform yang lebih efektif dalam penyebarannya menurut pemimpinredaksi?
7. Apa yang membedakan antara @kabarduri dengan akun informatif lainnya?
8. Bagaimana penetapan tim kerja Kabarduri?
9. Bagaimana Kabarduri memilih komunikator ataupun tim kerja, adakah kriteriakhusus?
10. Apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kreativitas?
11. Bagaimana langkah awal dalam menyiapkan identitas seperti website dan akun social media?
12. Bagaimana tahap awal pengumpulan data dan informasi serta membuat kontendi Instagram?
13. Apa saja informasi yang disediakan?
14. Selain konten penyebaran informasi seputaran Kota Duri, apa saja konten yang disajikan?
15. Apa saja kriteria informasi yang dapat diunggah? Apakah setiap postingan harus mendapatkan izin dari berbagai pihak?
16. Apa saja evaluasi yang dilakukan Kabarduri dalam jangka waktu itu?

b. Pertanyaan untuk Redaktur Pelaksana dan Redaktur Harian

1. Dari mana data dan informasi didapatkan?
2. Bagaimana membedakan informasi tersebut valid atau tidak?
3. Seperti apa produksi media atau penyediaan konten Kabarduri?
4. Bagaimana tahap-tahap dalam mengumpulkan data informasi hingga

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.

produksi konten?

5. Sebelum memposting informasi, kiat apa saja yang dilakukan untuk memastikan informasi yang ditulis itu akurat?
6. Sebelum menaikkan berita atau membuat postingan, apakah ada koordinasi terlebih dahulu dari pemimpin atau divisi lain?
7. Bagaimana cara mengelola suatu informasi dan data yang didapatkan menjadi suatu yang menarik dan unik?
8. Seperti apa teknik penyusunan pesan di Instagram Kabarduri?
9. Bagaimana Kabarduri memilah konten, waktu posting, dan caption yang cocok?
10. Bagaimana penyusunan jadwal posting Kabarduri?
11. Bagaimana cara mengatasi untuk menyelesaikan suatu permasalahan dan sulit menemukan ide?
12. Apa saja kendala dalam melakukan penyebaran informasi melalui instagram, serta bagaimana solusinya?
13. Bagaimana bentuk penyusunan pesan atau informasi yang disampaikan?
14. Bagaimana respon followers saat menerima informasi?
15. Bagaimana jika ada followers yang tidak paham atas informasi yang disampaikan?
16. Bagaimana mekanisme dalam pembuatan konten?
17. Apa saja fitur yang digunakan dalam penyampaian informasi, serta bagaimana perannya?
18. Adakah strategi khusus yang dilakukan dalam membuat konten penyebaran informasi agar menarik followers dan mudah dipahami?
19. Bagaimana cara Kabarduri dalam membangun interaksi kepada Followers?

c. Pertanyaan untuk Followers Kabarduri

1. Mengapa anda menggunakan Instagram?
2. Darimana anda tahu @kabarduri?
3. Mengapa anda memfollow dan memilih @kabarduri?
4. Apa yang menarik dari @kabarduri?
5. Bagaimana pendapatnya tentang kualitas konten yang disajikan?
6. Setelah mengikuti @kabarduri, apa informasi yang sering anda lihat dan dapatkan di Kabarduri?

7. Apakah informasi yang disajikan terupdate dan sesuai dengan fakta?
8. Menurut anda, apakah informasi yang diterima mudah dipahami oleh masyarakat? Mengapa?
9. Bagaimana interaksi antara admin Kabarduri dan followersnya?
10. Apakah anda sering berinteraksi, baik comment dan like postingan Kabarduri?
11. Menurut pendapat anda siapa saja target yang menjadi followers kabarduri?
12. Apakah anda merasa tertarik membaca berita atau informasi dari @kabarduri? Mengapa demikian?
13. Bagaimana menurut anda kebutuhan informasi itu?
14. Bagaimana konten informasi untuk menambah pengetahuan dan wawasan yang anda dapatkan dari @kabarduri, apakah sudah merasa terpenuhi dan mengapa?
15. Bagaimana untuk informasi berupa kejadian sehari-hari yang anda dapatkan dari @kabarduri, apakah sudah merasa terpenuhi dan mengapa?
16. Bagaimana informasi yang dibutuhkan namun tidak rutin seperti lowongan kerja apakah anda dapatkan dari @kabarduri?
17. Bagaimana konten informasi sekilas dan ringan ataupun hiburan yang anda dapatkan dari @kabarduri, apakah sudah merasa terpenuhi dan mengapa?
18. Menurut anda, seberapa sering @kabarduri memberikan informasi?
19. Sebagai followers, menurut anda apakah @abarduri sudah bisa dikatakan menjalankan akun Instagramnya sebagai media informasi?

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of 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.

FOTO DOKUMENTASI

a. Wawancara dengan @kabarduri



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.

b. Wawancara dengan *Followers* @kabarduri



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.



HASIL TURNITIN

32	Internet Source	<1 %
33	ejournal.insud.ac.id Internet Source	<1 %
34	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
35	titiensoe.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
36	e-journal.president.ac.id Internet Source	<1 %
37	linkaangelia.wordpress.com Internet Source	<1 %
55	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1 %
56	openlibrary.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
57	www.grafiati.com Internet Source	<1 %
58	doaj.org Internet Source	<1 %
59	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
60	id.scribd.com Internet Source	<1 %
61	www.kompasiana.com Internet Source	<1 %
62	Remegises Danial Yohanis Pandie. "Literasi Digital Berbasis Pendidikan Kristiani sebagai Sarana Pembentukan Karakter Era Disrupsi Teknologi", EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN, 2022 Publication	<1 %
63	jlka.kemenag.go.id Internet Source	<1 %
64	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	<1 %
48	Internet Source	<1 %
49	ojs.uph.edu Internet Source	<1 %
50	Submitted to IAIN Metro Lampung Student Paper	<1 %
51	www.scribd.com Internet Source	<1 %
52	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	<1 %
53	ejournal2.undip.ac.id Internet Source	<1 %
54	ekonomi.uma.ac.id Internet Source	<1 %

© Hak cipta UIN Suska Riau

31	INTERNET SOURCES	11%	12%	STUDENT PAPERS
1	repository.uin-suska.ac.id	10%		
2	jurnal.untar.ac.id	1%		
3	etheses.iainponorogo.ac.id	1%		
4	digilib.uin-suka.ac.id	1%		
5	jurnal.iainponorogo.ac.id	1%		
6	jurnal.upy.ac.id	1%		
7	www.researchgate.net	1%		
8	eprints.ums.ac.id	<1 %		
9	jurnal.fdk.uinsgd.ac.id	<1 %		
10	eprints.mercubuana-yogya.ac.id	<1 %		
11	123dok.com	<1 %		
12	repository.ar-raniry.ac.id	<1 %		
13	hashanafi.wordpress.com	<1 %		
14	pository.radenintan.ac.id	<1 %		
15	www.neliti.com	<1 %		
16	journal3.undip.ac.id	<1 %		
17	proceedings.unsba.ac.id	<1 %		
18	Submitted to UIN Raden Intan Lampung	<1 %		
19	etheses.iaincurup.ac.id	<1 %		
20	jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id	<1 %		
21	Muhammad Atha Ramaputra, Subhan Afifi. "ANALISIS STRATEGI KREATIF KONTEN PROMOSI USAHA FOODIES MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM", Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi, 2021 Publication	<1 %		
22	download.garuda.kemdikbud.go.id	<1 %		
23	repositorio.upf.br	<1 %		
24	eprints.uniska-bjm.ac.id	<1 %		
25	repository.ampta.ac.id	<1 %		
26	digilib.uinkhas.ac.id	<1 %		
27	docplayer.info	<1 %		
28	ejournal.iaindalwa.ac.id	<1 %		
29	jurnal.unpad.ac.id	<1 %		
30	repository.radenfatah.ac.id	<1 %		
31	adoc.pub	<1 %		

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan secara elektronik atau digital tanpa izin dari penulis atau penerbit.
 - a. Pengutipan harus dilakukan dengan cara yang benar dan tidak boleh menggantikan sumber aslinya.
 - 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. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau hanya sebagian saja dari karya tulis atau karya lain yang sudah diterbitkan dengan cara 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.

65	journal.catuspata.com	Internet Source	<1 %
66	id.123dok.com	Internet Source	<1 %
67	journal.minartis.com	Internet Source	<1 %
68	pt.scribd.com	Internet Source	<1 %
69	repository.bakrie.ac.id	Internet Source	<1 %
70	repository.stimar-amni.ac.id	Internet Source	<1 %
71	Submitted to Birus University International	Student Paper	<1 %
72	Muhammad Aulia Al Qadri. "Analisis Pengelolaan Instagram dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model SOME", AL-DYAS, 2023	Publication	<1 %
73	digilib.uns.ac.id	Internet Source	<1 %
74	journal.uin-suka.ac.id	Internet Source	<1 %
75	Submitted to UPH College - Jakarta	Student Paper	<1 %
76	Submitted to Universitas Diponegoro	Student Paper	<1 %
77	journal.stain-madina.ac.id	Internet Source	<1 %
78	www.journal.moestopo.ac.id	Internet Source	<1 %
79	Submitted to IAIN Padangsidimpuan	Student Paper	<1 %
80	Submitted to Universitas Nasional	Student Paper	<1 %
81	air.id	Internet Source	<1 %
82	journal.unidha.ac.id	Internet Source	<1 %
83	repository.stsrdivisi.ac.id	Internet Source	<1 %
84	Isa Saleh, Abdullah Djamal Al-Amudy, Ahmad Khoiril Hakim. "Penggunaan Media Dakwah Berupa Fitur Vidgram Oleh Masjid Al-Irsyad Surabaya", Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah, 2020	Publication	<1 %
85	caraka.web.id	Internet Source	<1 %
86	space.uil.ac.id	Internet Source	<1 %
87	ic.umn.ac.id	Internet Source	<1 %
88	repository.sttaa.ac.id	Internet Source	<1 %
89	journal.undip.ac.id	Internet Source	<1 %
90	journal.uwks.ac.id	Internet Source	<1 %
91	journal.luisu.ac.id	Internet Source	<1 %
92	www.jurnal.id	Internet Source	<1 %
93	Tamara Nur Hasana, Ardiani Daulay, Febry Dwi Sasmita, Mutia Atika, Franindy Purwangingtyas. "Model Perilaku Pencarian Informasi Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi", Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 2023	Publication	<1 %
94	caritulsan.com	Internet Source	<1 %
95	digilibadmin.unismuh.ac.id	Internet Source	<1 %

Internet Source	<1 %	
96 journal2.um.ac.id	Internet Source	<1 %
97 kuningpolkadot.blogspot.com	Internet Source	<1 %
98 myzavier.blogspot.com	Internet Source	<1 %
99 ojs.uho.ac.id	Internet Source	<1 %
100 repository.penerbitwidina.com	Internet Source	<1 %
101 repository.telkomuniversity.ac.id	Internet Source	<1 %
102 repository.uksw.edu	Internet Source	<1 %
103 sipadu.isi-ska.ac.id	Internet Source	<1 %
104 sujudgandas.blogspot.com	Internet Source	<1 %
105 theologytoday.ptsem.edu	Internet Source	<1 %
106 www.gazetterecord.com	Internet Source	<1 %
107 Submitted to Sriwijaya University	Student Paper	<1 %
108 Submitted to Universitas Lancang Kuning	Student Paper	<1 %
109 ejournals.umn.ac.id	Internet Source	<1 %
110 issuu.com	Internet Source	<1 %
111 journal.uil.ac.id	Internet Source	<1 %
112 journal.walisongo.ac.id	Internet Source	<1 %
113 journals.upi-yai.ac.id	Internet Source	<1 %
114 m.kaskus.co.id	Internet Source	<1 %
115 repository.uinjkt.ac.id	Internet Source	<1 %
116 repository.unair.ac.id	Internet Source	<1 %
117 repository.untar.ac.id	Internet Source	<1 %
118 journal.uir.ac.id	Internet Source	<1 %

UIN SUSKA RIAU