

**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.

No. 7071/KOM-D/SD-S1/2025

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@INFO.PERAWANG SEBAGAI SARANA
INFORMASI MASYARAKAT PERAWANG**

UIN SUSKA RIAU

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:

VASYAH PUTRI TAMBUNAN
NIM. 12040323229

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025**



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.

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @INFO.PERAWANG SEBAGAI SARANA INFORMASI MASYARAKAT PERAWANG

Disusun oleh :

Vasyah Putri Tambunan
NIM. 12040323229

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 18 Desember 2024

Mengetahui,
Pembimbing,

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19860510 202321 1 026

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

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 : Vasyah Putri Tambunan
NIM : 12040323229
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @info.perawang Sebagai Sarana Informasi Masyarakat Perawang

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

Hari : Kamis
Tanggal : 9 Januari 2025

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, 15 Januari 2025



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

Tim Penguji

Ketua/Penguji I,

Dr. Kodarni, S.ST., M.Pd
NIP. 19750927 2023211 005

Sekretaris/Penguji II,

Edison S. Sos., M.I.Kom
NIP. 19780416 202321 1 009

Penguji III,

Artis, S.Ag., M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 047

Penguji IV,

Yantios, S.IP., M.Si
NIK. 19710122 200701 1 016

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.



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 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 : Vasyah Putri Tambunan
NIM : 12040323229
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @info.perawang Sebagai Sarana Informasi Masyarakat Perawang

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 18 Juli 2024

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, 18 Juli 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dr. Nurdin, M.A
NIP. 19660620 200604 1 015

Penguji II,

Suardi, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19780912 201411 1 003

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.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Vasyah Putri Tambunan

NIM : 12040323229

Tempat/ Tgl. Lahir : Minas, 31 Desember 2001

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

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

“Pemanfaatan Media Sosial Instagram @info.perawang Sebagai Sarana Informasi Masyarakat Perawang”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

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

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

Pekanbaru, 20 Januari 2025

Yang membuat pernyataan



VASYAH PUTRI TAMBUNAN

NIM : 12040323229

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*

**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.

Pekanbaru, 18 Desember 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,
Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Vasyah Putri Tambunan
NIM : 12040323229
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @info.perawang Sebagai Sarana Informasi Masyarakat Perawang

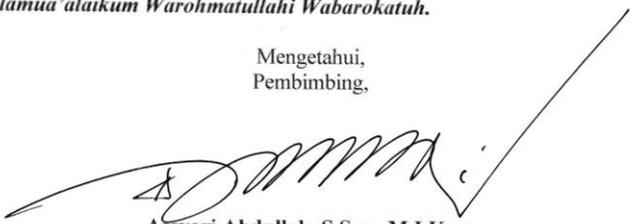
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

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.

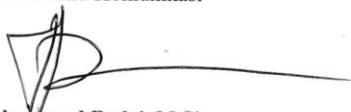
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
Pembimbing,


Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19860510 202321 1 026

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.

ABSTRAK

Nama : Vasyah Putri Tambunan
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* @info.perawang Sebagai Sarana Informasi Masyarakat Perawang

Media sosial saat ini sangat populer digunakan dalam menyampaikan informasi, salah satu media sosial yang banyak digunakan ialah *Instagram*. *Instagram* memiliki fitur-fitur menarik yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk bertukar informasi, berkomunikasi, dan kegiatan lainnya. Akun @info.perawang adalah salah satu akun yang memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai sarana penyampaian informasi Desa Perawang. Penyebaran informasi melalui *Instagram* sangat cepat dan mudah, namun memiliki hambatan sehingga penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang Sebagai Sarana Informasi Masyarakat Perawang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yaitu admin dan *followers* @info.perawang. Peneliti menganalisis pemanfaatan media sosial dengan menggunakan teori Chris Heuer yaitu komponen 4C. Hasil dari penelitian ini adalah Media sosial *Instagram* @info.perawang memanfaatkan *Instagram* dengan beberapa indikator yaitu pertama *context* berupa konten yang diunggah disesuaikan dengan konsep untuk meningkatkan insight atau kunjungan para pengguna *Instagram*, kedua *Communication* berupa pesan melalui unggahan konten atau tanpa konten serta berupaya memicu ketertarikan *followers* untuk berinteraksi, ketiga *Collaboration* berupa kerjasama memberikan banyak manfaat dan keuntungan dan dipublikasikan melalui media sosial, dan keempat *Connection* berupa melayani, membangun dan menjaga kedekatan antara akun @info.perawang dengan pengguna *Instagram* lainnya.

Kata Kunci: *Instagram*, Media Sosial, Sarana Informasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah rabbil'alamin, Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan ahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pemafaatan Media Sosial Instagram @Info.Perawang Sebagai Sarana Informasi Masyarakat Perawang**". Shalawat serta salam tak lupa penulis ucapkan kepada Baginda Rasulullah Nabi besar Muhammad SAW, sebagai suri tauladan bagi umat muslim serta pembawa panji- panji kebenaran dan pembaharuan bagi kehidupan umat manusia.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau. Dalam penulisan skripsi penulis menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan-kekurangan, baik dalam segi materi ataupun dalam teknis penulisannya. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan juga saran dari pembaca yang berniat membangun, demi terbentuknya sebuah karya tertulis ilmiah yang sempurna.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih tak terhingga kepada pihak- pihak yang telah membantu dan mendukung penulis menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa ucapan terimakasih penulis berikan kepada orangtua penulis yang selalu berperan penting dalam setiap moment kehidupan yang penulis hadapi yaitu ayahanda Alimin Tambunan dan ibunda Tionim Manurung. Terimakasih sudah menyayangi, mencintai, mendidik, dan mendoakan penulis tanpa henti, kalian adalah salah satu alasan kenapa penulis menyelesaikan skripsi ini dan akan selalu menjadi alasan penulis dalam mencapai hal-hal baik lainnya.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih setulus- tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan juga Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ibu Intan Kemala, S.Sos., M.Si. Selaku Penasehat Akademik yang selalu memberikan nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal sampai akhir.

Bapak Assyari Abdullah S.Sos., M.Ikom selaku dosen Pembimbing. Terimakasih atas dukungan, bantuan, bimbingan dan waktu yang diberikan kepada peneliti dari awal hingga akhir skripsi selesai.

Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama perkuliahan berlangsung.

9. Staff dan seluruh pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang membantu peneliti menyelesaikan seluruh administrasi surat-menyurat selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
10. Para informan penelitian, Imam Rosidin, Maria Meilani Simangunsong, Tinye Martins Piede, Hutri Lien Vany, dan Tony Wijaya yang telah meluangkan waktu untuk membantu peneliti dan memberikan data yang peneliti butuhkan.
11. Abang- abang tersayang, Syahrial Tambunan, Asrul Tambunan, Khairul Tambunan, dan Afrizan Tambunan, Terimakasih sudah mendukung penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
12. Kakak- kakak ipar yang penulis sayangi, Lidya Pebrianty Sihite dan Ade Andriani Pasaribu yang selalu menyemangati penulis selama pengerjaan skripsi ini.
13. Keponakan penulis yang penulis cintai dan akan selalu begitu, Shayla Bintang Tambunan yang selalu bertingkah lucu dan menghibur sehingga membuat penulis bahagia dan semangat untuk mengerjakan skripsi sampai selesai.
14. Teman- teman Public Relation D 2020 dan KKN Desa Sungai Bakau 2023 atas dukungan dan kebersamaannya selama masa perkuliahan ini.
15. Seluruh teman- teman peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi *support system* dengan mendengarkan keluh kesah peneliti dan selalu menyemangati peneliti saat peneliti sedang merasa di titik terendah.

**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.

16. Feast, Hindia, Lomba Sihir, Sheila On 7, Dewa 19, Nadin Amizah, Taylor Swift, Sufjan Stevens, dan para musisi lainnya yang telah menemani penulis lewat karya- karya indahny selama penulis mengerjakan skripsi. Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan dihati pembaca. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua

Aamiin Yaa Rabbal'alamin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 18 Desember 2024
Penulis

Vasyah Putri Tambunan
NIM. 12040323229

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Kajian Teori	15
C. Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Desain Penelitian	40
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	40
C. Sumber Data Penelitian	40
D. Informan Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Validitas Data	42
G. Teknik Analisis Data	42
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	44
A. Sejarah Akun <i>Instagram</i> @info.perawang	44
B. Visi dan Misi Akun <i>Instagram</i> @info.perawang	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Deskripsi Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan	58
BAB VI PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
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.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian.....	41
---	----



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Januari 2024	1
Gambar 1.2	Jumlah Pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia Per Mei 2024 .	2
Gambar 2.1	Logo <i>Instagram</i>	27
Gambar 2.2	Tampilan Feed <i>Instagram</i>	29
Gambar 2.3	Tampilan <i>Instagram story</i>	30
Gambar 2.4	Tampilan Reels <i>Instagram</i>	31
Gambar 2.5	Tampilan <i>Direct message Instagram</i>	32
Gambar 2.6	Tampilan Live <i>Instagram</i>	33
Gambar 2.7	Tampilan Suka (<i>Like</i>) <i>Instagram</i>	34
Gambar 2.8	Tampilan Komentar (<i>Comment</i>) <i>Instagram</i>	34
Gambar 2.9	Tampilan Bagikan (<i>Share</i>) <i>Instagram</i>	35
Gambar 2.10	Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1	Logo Akun <i>Instagram</i> info.perawang	44
Gambar 4.2	Profil <i>Instagram</i> @info.perawang	45
Gambar 4.3	Sorotan akun <i>Instagram</i> @info.perawang	45
Gambar 5.1	Jenis Konten <i>Instagram</i> @info.perawang	50
Gambar 5.2	Penggunaan bahasa <i>Instagram</i> @info.perawang	51
Gambar 5.3	Direct Messsage <i>followers</i> dengan akun @info.perawang	53
Gambar 5.4	Kolom Komentar @info.perawang	54
Gambar 5.5	Kerjasama <i>Paid Promote</i> @info.perawang	55
Gambar 5.6	Kerjasama Media Partner @info.perawang	56
Gambar 5.7	<i>Repost Instagram story</i> UMKM	57
Gambar 5.8	<i>Share</i> postingan @info.perawang oleh <i>followers</i>	58
Gambar 5.9	Data kunjungan pengguna <i>Instagram</i> kepada akun @info.perawang	59
Gambar 5.10	Data kenaikan pengikut akun @info.perawang	60



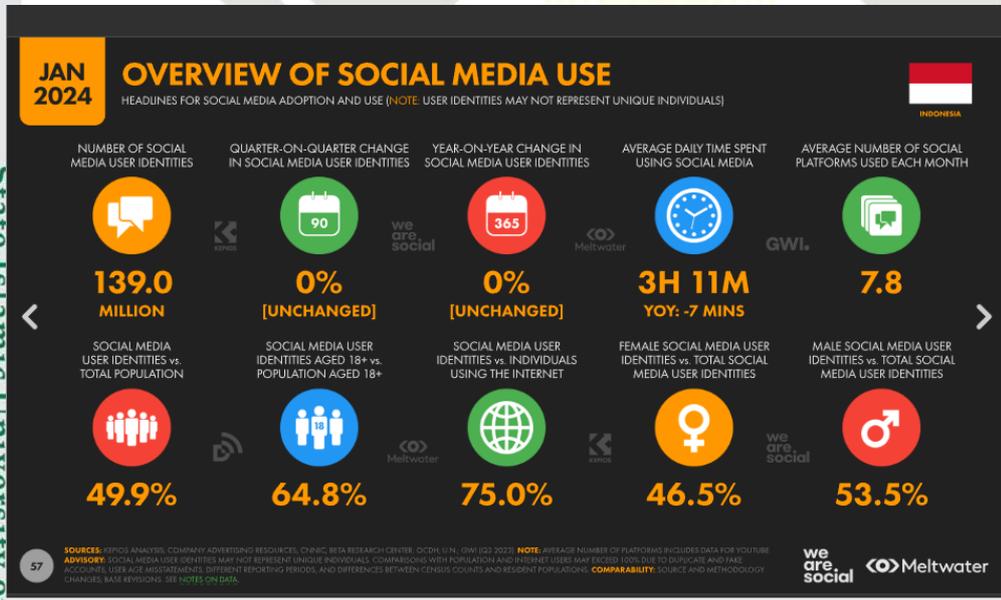
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia terjadi sangat pesat sehingga memberikan dampak terhadap segala aspek, khususnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses dan menyebarkan informasi. Salah satu perkembangan paling menonjol adalah munculnya internet yang menghadirkan media sosial sebagai platform utama untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan berkomunikasi (Hasyanita & Mayangsari, 2022).

Media sosial adalah platform di internet yang memungkinkan orang berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, berkomunikasi, dan membangun hubungan sosial. Media sosial telah menjadi cara baru bagi masyarakat untuk berbagi informasi saat ini. Hal ini berdampak besar dalam cara berbagi informasi, sebelumnya informasi hanya dapat diperoleh melalui media massa yaitu media media elektronik seperti radio, televisi kemudian media cetak seperti koran dan majalah, tetapi sekarang dapat diperoleh dengan mudah dan cepat melalui media sosial (Perssela, Mahendra, & Rahmadiani, 2022).



Gambar 1.1
Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia Januari 2024

Sumber: (Social, 2024)

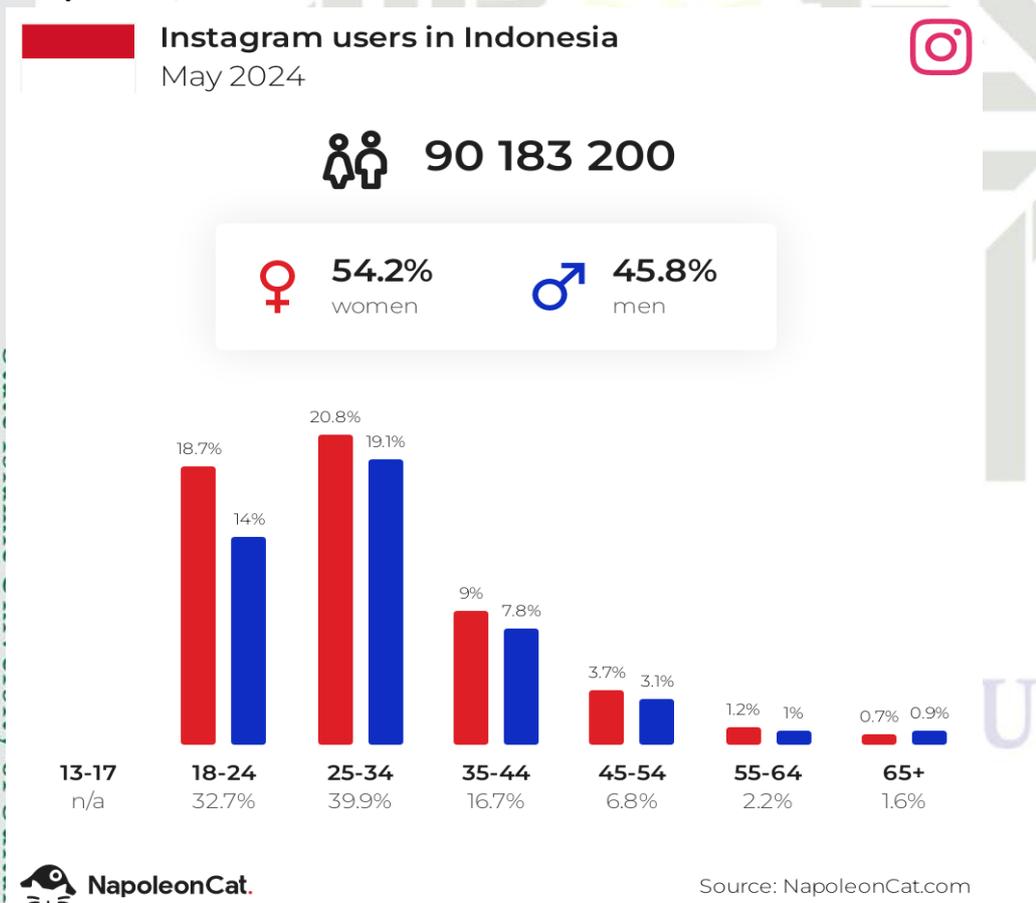
Menurut laporan *We Are Social* pada Januari 2024, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 139 juta orang. Jumlah tersebut setara dengan 49,9% dari populasi di dalam negeri. Hal ini disebabkan karena

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

Kelebihan yang dimiliki oleh media sosial sehingga jumlah penggunaannya terus meningkat secara signifikan setiap tahun. Dengan banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi. Ada beberapa jenis media sosial yang umum dan banyak digunakan oleh publik yaitu *Whatsapp*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain- lain (Siregar, 2022).

Salah satu platform media sosial yang sangat populer saat ini dan sangat diminati oleh para pengguna media sosial adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan media sosial yang memberikan fasilitas bagi para pengguna untuk berbagi informasi dengan menggunakan media gambar/poto, video (Pratiwi & Madanacaragni, 2020). *Instagram* rilis pada bulan Oktober pada tahun 2010, yang dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang dikembangkan sendiri yaitu *Burbn*, Inc, sampai akhirnya diakuisisi oleh *Facebook* pada tahun 2012 (Izzah, Duku, & Harun Yahya, 2023).



Gambar 1.2
Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Per Mei 2024
Sumber: (Cat, 2024)

Berdasarkan data *Napoleon Cat* pada Mei 2024, ada 90.183.200 orang yang menggunakan *Instagram* di Indonesia. Dengan hadirnya *Instagram*, masyarakat dapat saling berkomunikasi tanpa harus tatap muka secara langsung dengan menggunakan fitur *Direct message (DM)* dengan pengguna *Instagram* lainnya. Selain itu, para pengguna juga biasanya menggunakan *Instagram* sebagai media hiburan seperti menikmati foto meme lucu, video tutorial, dan konten lucu lainnya. (Desfiana & Karsa, 2021).

Selain sebagai media hiburan dan komunikasi, para pengguna juga memanfaatkan *Instagram* sebagai media informasi. *Instagram* dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara beragam, tepat, cepat, dan menarik. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa aplikasi media sosial *Instagram* ini banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari (Faulina, Chatra, & Sarmiati, 2021). Selain itu, *Instagram* juga memiliki banyak fitur yang memudahkan pengguna untuk menerima maupun menyebarkan informasi seperti fitur cerita (*story*), *upload* video dan foto, menandai (*tag*) teman, dan masih banyak lagi.

Saat ini terdapat beberapa akun *Instagram* yang memanfaatkan fitur-fitur tersebut untuk membagikan informasi kepada pengikutnya, seperti akun *online shop*, akun kuliner, dan salah satu yang menarik adalah akun yang membagikan informasi tentang berbagai hal, seperti pendidikan, peristiwa kriminal, informasi pemerintahan, olahraga, dan lainnya. Akun yang menyediakan informasi mengenai banyak elemen ini sangat digemari oleh para pengguna *Instagram* di Indonesia karena dapat dijadikan referensi untuk mencari informasi oleh masyarakat, khususnya wilayah kecil seperti Desa di Kabupaten yang terkadang tidak terekspos media massa.

Perawang merupakan sebuah desa yang berada di Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Sebagai salah satu daerah yang sedang berkembang, kebutuhan akan informasi yang cepat, akurat, dan relevan sangat penting bagi masyarakat Perawang. Oleh karena itu, masyarakat Perawang memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media informasi. Salah satu akun *Instagram* yang menyebarkan informasi terupdate adalah akun *Instagram @Info.perawang*.

Akun *Instagram @Info.perawang* merupakan akun informasi berbasis media sosial yang menyajikan informasi seputar Perawang. Akun ini dibuat oleh Imam Rosidin pada tahun 2018 dengan tujuan untuk memberikan informasi yang valid untuk masyarakat sekaligus mendapatkan keuntungan. Saat ini akun *Instagram @info.perawang* memiliki jumlah postingan 1.126, dengan jumlah 19.400 *followers* dan 465 *following*. Jumlah postingan, *followers* dan *following* pada akun *Instagram* ini tentunya akan bertambah terus setiap harinya. Akun *Instagram @info.perawang* telah menjadi sangat

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

terkenal di kalangan masyarakat Desa Perawang karena menjadi salah satu media informasi *online* aktif yang memberikan informasi aktual, akurat, dan bermanfaat tentang kejadian dan peristiwa yang terjadi di Desa Perawang, baik dalam postingan *Instagram story*, *Instagram reels* ataupun *Instagram feed*. Akun ini juga menyebarkan informasi yang didapat dari masyarakat sekitar yang menghubungi admin @info.perawang melalui *Direct message (DM)* atau dapat melalui tag postingan cerita ataupun feed .

Fenomena dari penelitian ini adalah banyaknya kejadian-kejadian yang terjadi di daerah Perawang, terutama kejadian criminal yang masih sering terjadi di beberapa titik daerah. Oleh karena itu, akun *Instagram* @info.perawang menyebarkan informasi mengenai berita-berita kriminal seperti pencurian motor, pembegalan motor, pencurian perhiasan, penipuan, dan lain- lain. Dengan adanya informasi mengenai tindakan kriminal tersebut, masyarakat dapat lebih berhati- hati dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. Selain menyebarkan informasi mengenai tindak kejahatan, akun *Instagram* @info.perawang juga membagikan informasi tentang lowongan pekerjaan yang dapat membantu masyarakat untuk mendapatkan pekerjaan, memberitahu kegiatan event atau lomba yang akan diadakan di daerah Perawang, dan membantu mempromosikan segala jenis usaha yang ada di Perawang. Dengan demikian, masyarakat Perawang dapat memilih untuk mengikuti akun *Instagram* @info.perawang sebagai media informasi yang tepat untuk memperoleh informasi yang relevan dengan kebutuhan mereka sebagai warga Perawang. Namun, saat ini efektifitas pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang masih belum diketahui. Hal ini menjadi penting karena efektivitas media informasi sangat berpengaruh terhadap tingkat partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan.

Meskipun pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media baru dalam penyebaran informasi telah banyak dibahas secara umum, namun hal tersebut juga masih banyak kekurangan penelitian yang khusus untuk membahas pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana informasi di daerah tertentu, terutama di daerah Perawang. Oleh karena itu, penelitian ini khusus dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana masyarakat di Perawang memanfaatkan *Instagram*, melalui akun @info.perawang sebagai sarana informasi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pemanfaatan akun *Instagram* @Info.perawang oleh masyarakat Perawang dalam memperoleh informasi mengenai desa

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



© Perawang dengan mengambil judul “**Pemanfaatan Media Sosial Instagram @info.perawang Sebagai Sarana Informasi Bagi Masyarakat Perawang**”.

B. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami judul penelitian tentang Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* @Info.perawang Sebagai Sarana Informasi Bagi Masyarakat Perawang”, maka peneliti perlu untuk memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan

Kata pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti guna atau berfaedah (W.J.S, 2002). Menurut Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, pemanfaatan memiliki arti proses, cara atau perbuatan yang bermanfaat (Salim & Salim, 2002). Jadi, pemanfaatan adalah proses atau tindakan menggunakan sesuatu untuk mencapai hasil atau manfaat yang diinginkan.

2. Media Sosial

Dalam tata bahasa, media sosial terdiri dari dua kata: "Media", yang berarti wadah atau tempat sosial itu sendiri, dan "Sosial", yang berarti kemasyarakatan atau interaksi. Media sosial adalah sebuah media online di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi informasi (Muqsith, 2022).

Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller, media sosial adalah alat di mana seseorang dapat berbagi informasi, seperti foto, teks, audio, dan video dengan perusahaan dan orang lain (Lailia & Dwiridotjahjono, 2023).

Instagram

Instagram adalah aplikasi ponsel yang memungkinkan pengguna menerapkan filter berbeda pada foto untuk mengubah rona, bayangan, dan nada foto (Harvey, 2014). *Instagram* berasal dari kata instan dan telegram. Kata instan berarti *Instagram* bisa memperlihatkan gambar-gambar secara instan, sebagaimana kamera polaroid dimasanya sering disebut “foto instan”. Dan kata “gram” berasal dari kata “telegram” sebagaimana yang diketahui cara kerjanya yaitu mengirimkan informasi untuk khalayak secara cepat (Armayani, Tambunan, Siregar, Lubis, & Azahra, 2021).

Informasi

Informasi adalah sekumpulan data atau fakta yang telah diproses dan diolah menjadi sesuatu yang dapat dipahami dan bermanfaat bagi orang yang menerimanya (Effendy, Siregar, Fitri, & Damanik, 2023). Menurut Azhar Susanto dalam bukunya Sistem Informasi Akuntansi, menyatakan bahwa informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat (Susanto, 2013). Jadi, Informasi adalah data

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

yang telah diolah menjadi bentuk yang memiliki arti sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan saat ini atau yang akan datang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut “Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* @Info.perawang Sebagai Sarana Informasi Bagi Masyarakat Perawang?”

D. Tujuan Penelitian

Untuk mewujudkan penelitian yang terarah dan sistematis, maka disusunlah tujuan penelitian. Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* @Info.perawang Sebagai Sarana Informasi Bagi Masyarakat Perawang.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

- a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan rujukan bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana informasi bagi masyarakat.
- b. Untuk memperluas wawasan, meningkatkan pemahaman, dan mengaitkan teori dengan praktik, khususnya tentang pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana informasi bagi masyarakat.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi kelancaran Sebagai syarat dalam menyelesaikan perkuliahan pada program sarjana Strata Satu (S1) dengan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. **Sistematika Penulisan**

Peneliti menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Pada bab ini menjelaskan tentang kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka berpikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum subjek penelitian yaitu akun *Instagram* @Info.perawang

BAB V: HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* @Info.perawang Sebagai Sarana Informasi Bagi Masyarakat Perawang.

BAB VI: PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

1. Peneliti yang bernama Faidah Yusuf, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, dan Angri Lismayani dengan jurnal yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera” pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana majelis taklim Annur Sejahtera memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah Para pengurus dan anggota majelis taklim dapat memahami cara pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dan dokumentasi. Media sosial *Instagram*, whatsapp, dan youtube memberikan manfaat untuk pengurus dan anggota majelis taklim Annur Sejahtera dalam hal pelayanan informasi, komunikasi, dan sarana dokumentasi. Setiap kegiatan dapat dilihat oleh semua masyarakat yang ada di kompleks Annur Sejahtera (Yusuf, Rahman, Rahmi, & Lismayani, 2023).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dan dokumentasi: pendidikan di majelis taklim annur sejahtera, sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram @info.perawang* sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang.

Peneliti yang bernama Evi Novianti, Aat Ruchiyat Nugraha, Lukiati Komalasari, Kokom Komariah, dan Diah Sri Rejeki dengan jurnal yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran)” pada tahun 2020. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran dalam menyebarkan informasi baik pada pihak internal maupun eksternal institusi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, studi literatur mengenai media sosial dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial dipergunakan sebagai alat komunikasi, diskusi dan kolaborasi. Whatsapp group dibuat dengan tujuan berbagi

informasi dan diskusi baik dengan humas seluruh Indonesia, wartawan ataupun kepala desa di wilayah Kabupaten Pangandaran. *Instagram* digunakan untuk berbagi informasi mengenai aktivitas yang dilakukan sekda kabupaten Pangandaran pada masyarakat. *Youtube* digunakan untuk menyebarkan informasi dalam bentuk audiovisual. *Facebook* digunakan untuk menjelaskan gambar atau video dengan lebih lengkap dan spesifik. Masing-masing media sosial memiliki kelebihan dan kekurangan, sehingga dibutuhkan pengelola media sosial yang memiliki kemampuan information technology yang mumpuni (Novianti et al., 2020).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi program pemerintah (studi kasus sekretariat daerah kabupaten Pangandaran), sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang.

3. Peneliti yang bernama Verisha Erina Maharani dan Amalia Djuwita dengan jurnal yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang” pada tahun 2020. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu bagaimana Pemerintah Kota Semarang memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media komunikasi dan informasi. Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial *Instagram* pemerintah kota Semarang dalam penyebaran informasi kepada masyarakat dengan menggunakan kriteria penyebaran informasi, yaitu Kesegeraan, Variasi Bahasa, Keragaman Isyarat dan Sumber Personal. Kesegeraan digambarkan dengan ketepatan dalam melakukan unggahan dari setiap kontennya, kemudian konten tersebut juga dikemas dengan cara yang bervariasi. penyebaran informasi menggunakan media sosial dipercaya dapat masuk pada sebagian besar segmentasi masyarakat, baik generasi muda maupun orang tua. Selain itu frekuensi pengunggahan konten yang lebih dari tiga kali dalam sehari menjadikan informasi tidak berputar pada satu pembahasan saja melainkan banyak informasi yang dapat diberitakan. Informasi yang telah diunggah dengan cepat dan sesuai dengan keadaan di lapangan akan mengundang perhatian masyarakat. Pada kriteria sumber personal, pemerintah tidak hanya memberikan sosialisasi melalui 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.

sosial mengenai apa saja yang meresahkan masyarakat tapi juga memberikan hotline bagi masyarakat yang membutuhkan bantuan (Maharani & Djuwita, 2020).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media komunikasi dan informasi pemerintah kota Semarang, sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang.

4. Peneliti yang bernama Fauzi Fadhillah dan Neni Yulianita dengan jurnal yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* sebagai Sarana Informasi Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga Kota Bandung” pada tahun 2023. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana instansi pemerintah dapat memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai sarana informasi. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan akun pada @dsdabmkotabdg dilakukan berdasarkan fakta yang terjadi dilapangan dan berguna untuk memelihara hubungan dengan pengikut dari akun @dsdabmkotabdg di *Instagram*. Pengelolaan konten dengan memanfaatkan berbagai fitur-fitur *Instagram* salah satunya menggunakan fitur instastory dan reels dengan mengemas konten tersebut dengan bentuk audiovisual dan infografis agar informasinya lebih mudah dicerna oleh khalayak. DSDABM menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media informasi karena *Instagram* merupakan media sosial yang paling populer di Indonesia sehingga hal ini lebih memudahkan dalam menyebarkan informasi lebih jauh lagi (Fadhillah & Yulianita, 2023).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana informasi Dinas Sumber Daya Air Dan Bina Marga kota Bandung, sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang.

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.

Peneliti yang bernama Andhika Noerand Prayoga dan Berlian Primadani dengan jurnal yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua Pada Akun @Vespasoy” pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media informasi mengenai sparepart vespa tua pada akun *Instagram* @vespasoy yang dilakukan oleh *followers*-nya dengan melihat perubahan persepsi ketika melihat akun *Instagram* @vespasoy sebagai media informasi seputaran vespa tua. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data primer menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, sedangkan teknik pengumpulan data sekunder menggunakan studi pustaka dari buku dan sumber *online*. Hasil dari penelitian ini adalah para *followers* akun @vespasoy memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media informasi dengan melihat adanya perubahan persepsi ketika melihat akun *Instagram* @vespasoy sebagai media informasi seputaran vespa tua setelah mendapatkan informasi dari akun *Instagram* @vespasoy. Para *followers* merasa setelah melihat unggahan mengenai informasi vespa tua dan sparepart-nya yang dilakukan oleh akun *Instagram* @vespasoy sangat menarik perhatian sehingga mereka mengikuti akun *Instagram* @vespasoy, merangsang pikirannya sehingga menimbulkan rasa minat untuk membeli, dan menyukai unggahan pada feeds (Prayoga & Primadani, 2021).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media informasi bagi pecinta vespa tua pada akun @vespasoy, sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang. Peneliti yang bernama Nadhifa Fitri Utami dan Nova Yulianti dengan jurnal yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* sebagai Media Informasi” pada tahun 2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial *Instagram* Urban Radio 106.3 FM sebagai media informasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah Urban Radio Bandung menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media informasinya media sosial yang kebanyakan orang masih menggunakan. Selain itu, media sosial *Instagram* juga memiliki jangkauan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

yang sangat luas sehingga untuk melakukan iklan di media sosial ini sangat mudah. Sebagai media informasi, media sosial *Instagram* menjadi media sosial yang mudah untuk memanager komunitas sehingga Urban Radio Bandung merasakan dampak positif yang sangat besar. Selain itu, karena media sosial *Instagram* memiliki fitur yang lengkap di dalamnya sehingga dapat mempermudah untuk digunakan (Utami & Yuliati, 2022).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemanfaatan media sosial *Instagram* Urban Radio 106.3 FM sebagai media informasi, sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang.

Peneliti yang bernama Sultan Ivan Habibillah, Ichsan Widi Utomo, dan Rindana Intan Emeilia dengan jurnal yang berjudul “Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Informasi Humas Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya” pada tahun 2023. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan *Instagram* sebagai media informasi Humas Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta- Paramita Jaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengambilan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *Instagram* oleh humas AMI merupakan tuntutan dari adanya determinisme teknologi dan melalui 4 tahap proses kerja humas. Tahap pertama dilakukan dengan pencarian fakta dengan melakukan mini riset bersama pengurus dan pimpinan AMI. Tahap kedua adalah perencanaan dan pemrograman yaitu mulai dari merencanakan konten, fitur yang akan digunakan, menentukan tim yang akan terlibat dalam pengelolaan *Instagram* hingga mempertimbangkan keterlibatan tokoh profesional di bidang museum. Tahap ketiga adalah aksi dan komunikasi yaitu dengan melaksanakan seluruh tahap perencanaan dan pemrograman dengan memanfaatkan fitur-fitur di *Instagram* seperti foto, video, live *Instagram*, live story, comment dan hashtag. Tahap terakhir yaitu evaluasi. Tim Humas AMI melakukan evaluasi dengan cara membagikan konten yang akan diposting kepada pengurus AMI lainnya untuk mendapatkan umpan balik terkait konten tersebut. Setelah publikasi selesai, tim Humas AMI membuat laporan yang ditujukan kepada pimpinan AMI (Ivan Habibillah, Widi Utomo, & Intan Emeilia, 2023).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan

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.

Instagram sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemanfaatan *Instagram* sebagai media informasi humas asosiasi museum indonesia DKI Jakarta Paramita Jaya, sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang.

Peneliti yang bernama Nadya Meidiana, Rialdo Rezeky Manogari Lumban Toruan, Hamsinah, dan Rama Adhipoetra dengan jurnal yang berjudul “Akun *Instagram* @humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi” pada tahun 2022. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan dibalik humas pemkot memilih *Instagram* sebagai media publikasi dan bagaimana humas pemkot mengelola akun *Instagram* @humaskotabekasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Humas Pemerintah Kota Bekasi memilih *Instagram* sebagai media untuk menyebarkan informasi karena banyaknya pengguna aplikasi *Instagram* saat ini, kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan oleh aplikasi *Instagram* serta fitur visual pada *Instagram*. Humas Pemerintah Kota Bekasi mengelola *Instagram* dengan menyebarkan press release dan membalas komentar dari masyarakat di kolom komentar *Instagram*. Namun, humas tidak mampu menjawab secara cepat seluruh pertanyaan. Hal ini dikarenakan terdapat pertanyaan yang perlu koordinasi dengan perangkat daerah lain untuk menjawabnya (Meidiana, Toruan, Hamsinah, & Adhipoetra, 2022).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada akun *Instagram* @humaskotabekasi sebagai sarana layanan informasi publik pemerintah kota Bekasi, sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang. Peneliti yang bernama Tuty Mutiah dan A Rafiq dengan jurnal yang berjudul “*Instagram* Media Baru Penyebaran Berita (Studi Pada Akun @feydown_official)” pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana *Instagram* media baru penyebaran berita melalui akun @feydown_official menjadi komunikasi *online* yang menghubungkan orang banyak sebagai informasi secara cepat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara

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

dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Instagram* memberikan informasi sebagai media baru dalam berita lebih cepat menjadi kelebihan dengan menggunakan internet sehingga tidak perlu menunggu media massa lain. Saat ini pengguna *Instagram* sangat digemari media massa, jumlah penggunanya terus meningkat karena kecepatannya melebihi media massa konvensional dengan leluasa penggunanya *Instagram* memberikan tanggapan yang membuat fenomena citizen journalism membangkitkan penyebaran berita kriminal dengan platform yang mengandalkan internet. Dengan maraknya penipuan di *Instagram* memudahkan pengguna *Instagram* mengetahui informasi yang sedang terjadi kepada khalayak. Akun @feydown_official merupakan akun instagram mengenai Info kriminal seputar penipuan yang terjadi melalui media digital yang memiliki banyak pengikut. Saat ini *Instagram* bisa menjadi media baru yang memberikan informasi kepada masyarakat. Elemen 5W+1H menjadi kelengkapan informasi menjadi poin. Sehingga dikalangan penerima informasi dengan lengkapnya informasi disebarkan membuat pengikut akun *Instagram* @feydown_official semakin banyak dan lebih lengkap memberikan informasi dalam penyebaran berita kriminal. Hal tersebut meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan para pengikut akun *Instagram* @feydown_official dan menjadi tahu modus terkait tindak kejahatan sampai dimana lokasi mana saja yang menjadi rawan tindakan kriminal. (Novianti et al., 2020).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada *Instagram* media baru penyebaran berita (studi pada akun @feydown_official), sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang.

10. Peneliti yang bernama Vika Yustia, Ichsan Widi Utomo, dan Rindana Intan Emelia dengan jurnal yang berjudul “Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Sarana Informasi Publik Humas Badan Kebijakan Transportasi Kementerian Perhubungan” pada tahun 2023. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana informasi publik yang dilakukan Humas Badan Kebijakan Transportasi Kementerian Perhubungan dan untuk mengetahui apa saja hambatan serta tantangan Humas Baketrans dalam memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana informasi publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian

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

kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana informasi publik menggunakan 4 proses kinerja Humas yaitu pencarian fakta dengan melakukan survey terkait konten yang akan dibagikan, perencanaan dan pemrograman dengan menggunakan agenda setting yang telah ditentukan oleh Kementerian Perhubungan Pusat dan juga menentukan ide-ide konten yang dituangkan ke dalam bank konten, aksi dan komunikasi yaitu Humas Baketrans membagikan postingan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di *Instagram*, serta evaluasi yaitu membuat laporan yang isinya berupa engagement dan reach postingan *Instagram* setelah itu akan diberikan kepada sub coordinator humas (Yustia, Utomo, & Emelia, 2023).

Persamaan kajian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memanfaatkan *Instagram* sebagai media penyebaran informasi, sedangkan perbedaannya terletak pada objek, lokasi, dan waktu penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya berfokus pada pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana informasi publik humas badan kebijakan transportasi Kementerian Perhubungan, sedangkan penelitian ini membahas pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi bagi masyarakat Perawang.

B. Landasan Teori

1. Pemanfaatan

a. Definisi Pemanfaatan

Davis dan Adam (dalam Gufroni & Manaf, 2021) mendefinisikan kemanfaatan sebagai tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi orang tersebut.

Jadi, pemanfaatan adalah sebuah proses yang dilakukan untuk memperoleh sesuatu yang lebih baik, lebih bermanfaat, dan lebih bernilai

Pemanfaatan dalam penelitian ini ialah “pemanfaatan media sosial *Instagram*”, maksudnya ialah bagaimana *Instagram* dapat berguna dan dimanfaatkan sesuai dengan tujuan pengguna.

b. Bentuk- Bentuk Pemanfaatan

Menurut Chin dan Todd pemanfaatan dapat dibagi menjadi 2 kategori, yaitu kemanfaatan dan efektifitas dengan dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut (Wynne & Peter, 1995):

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

1) Kemanfaatan

a) Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*)

Maksudnya ialah dengan mengoperasikan atau memanfaatkan suatu teknologi dalam mengerjakan pekerjaan, maka seseorang dapat melakukan pekerjaannya dengan lebih mudah.

b) Bermanfaat (*usefull*)

Maksudnya ialah suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat bermanfaat atau berfaedah dan dapat meningkatkan prestasi kerja seseorang.

c) Menambah produktifitas (*increase productivity*)

Maksudnya ialah dengan menggunakan teknologi, maka produktifitas seseorang akan bertambah atau meningkat dalam melakukan suatu kegiatan sehingga menjadi lebih baik.

2) Efektifitas

a) Mempertinggi efektifitas (*enchance effectiveness*)

Penggunaan suatu teknologi tertentu akan membantu seseorang agar aktifitas sehari-hari menjadi meningkat dalam melakukan suatu pekerjaan

b) Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)

Dengan menggunakan suatu teknologi tertentu dapat membantu mengembangkan kinerja pekerjaan seseorang dalam dunia pekerjaan yang dimiliki oleh orang tersebut. (Handika & Sulistiawati, 2021)

Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Media sosial dapat didefinisikan sebagai platform digital atau wadah yang menyediakan fasilitas fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi penggunaannya (Wulur & Mulyanti, 2023). Menurut Andriansyah dan Maharani, media sosial adalah platform atau wadah di mana orang dapat berinteraksi satu sama lain dan berkomunikasi dua arah. Media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang, dan perusahaan dapat menggunakannya sebagai media pemasaran dengan mengunggah foto ke akun *Instagram* mereka, yang dapat dilihat oleh pelanggan (Andriansyah & Maharani, 2021).

Media sosial biasanya digunakan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan eksistensi diri, yang mana setiap orang memiliki cara mereka menggunakannya. Semua orang dapat

menggunakan media sosial tanpa khawatir tentang status sosial mereka di kehidupan nyata (Andela, 2017). Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang media sosial, maka dapat dilihat beberapa pendapat para ahli. Berikut ini adalah pengertian media sosial menurut para ahli, yaitu:

Menurut Michael Cross, pengertian media sosial menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengumpulkan orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling menukar informasi, dan berinteraksi melalui pesan yang berbasis web (Aditiawarman, 2019).

Menurut McCay-Peet dan Quan-Haase, media sosial adalah layanan berbasis web yang memungkinkan individu, komunitas, dan organisasi untuk berkolaborasi, menjalin interaksi, dan membangun komunitas yang memungkinkan mereka untuk membuat, mengkreasi secara bersama-sama, memodifikasi, berbagi, dan terlibat dengan konten yang dibuat pengguna (McCay-Peet & Quan-Haase, 2016).

Menurut Bryan Eisenberg, media sosial merupakan platform *online* untuk menjalin hubungan dan komunikasi antar pengguna internet di seluruh dunia, bukan hanya sekedar menyajikan konten dan iklan semata (Pratama, 2020).

Menurut Kartajaya (dalam Harahap & Adeni, 2020), media sosial adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (*one to many*) menjadi dialog (*many to many*) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembuka konten menjadi penerbit konten.

Menurut Kottler dan Keller, media sosial adalah media yang digunakan oleh pengguna untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain (Kottler & Keller, 2016).

Menurut Taprial dan Kanwar, Media sosial adalah jenis media yang digunakan seseorang untuk berinteraksi dengan orang lain di internet dengan berbagi isi, foto, berita, dll (Taprial & Kanwar, 2012).

Menurut McGraw Hill Dictionary (dalam Awaliyah, Dewi, & Furnamasari, 2021), media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual.

Menurut Kaplan dan Haenlein, media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis dari web 2.0 yang berupa platform dari evolusi media sosial yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran dari *User Generated Content* (Kaplan & Haenlein, 2010).

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 Valenza (dalam Arsanti & Setiana, 2020), media sosial adalah platform internet yang memungkinkan bagi individu untuk berbagi secara segera dan berkomunikasi secara terus menerus dengan komunitasnya.

Menurut Crish Garret, media sosial adalah alat, jasa, dan komunikasi yang membantu orang berhubungan satu sama lain dan memiliki banyak peminat, bahkan remaja di bawah umur memiliki akun media sosial (Rani, Khoirunisa, & Risiko Faristiana, 2023).

Jadi berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan platform atau alat berbasis internet yang digunakan oleh seseorang untuk membuat dan bertukar informasi, ide, gambar, video, dan konten lainnya melalui jaringan virtual dan komunitas *online*. Saat ini, banyak platform media sosial yang populer digunakan oleh masyarakat, seperti *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Twitter*. Mulai dari orang dewasa hingga anak-anak, media sosial ini hampir selalu menemani aktivitas sehari-hari. Teknologi baru ini memungkinkan individu dan kelompok berinteraksi, berkomunikasi, dan mencari informasi dengan mudah. Oleh karena itu, para pengguna media sosial harus berhati-hati supaya setiap informasi yang tersebar tidak mengandung nilai-nilai negatif atau kebohongan informasi (Zuhri, 2020).

b. Sejarah Media Sosial

Sejarah media sosial bermula pada abad ke-19. Teknologi telegraf pertama kali digunakan oleh Samuel Morse pada tahun 1844. Meskipun demikian, banyak orang berpendapat bahwa, telegraf tidak masuk dalam istilah media sosial karena telegraf tidak dapat diakses secara *online*. Oleh karena itu, pertumbuhan internet pada 1970an dianggap menjadi awal mula dari media sosial (Halim, Sherly, & Sudirman, 2020).

Pada tahun 1978, Ward Christensen dan Randy Suess menemukan media sosial pertama kali yaitu sistem papan bulletin atau *Bulletin Board System (BBS)*. BBS menjadi media online pertama bagi seluruh pengguna internet di dunia untuk berdiskusi bersama dan berbagi informasi secara online. pada masa itu, BBS dengan tampilan berbasis teks telah menjadi media online yang terkenal di kalangan pengguna awal internet. Pengguna dapat berkomunikasi melalui surat elektronik atau mengunduh dan mengunggah perangkat lunak melalui sistem papan ini (Suhardiman & Purwaningtias, 2021). Selanjutnya, dengan munculnya *UserNet* pada tahun 1979, orang mulai menggunakan komunikasi virtual melalui buletin, artikel, atau

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

newsgroup online. Semua bentuk layanan berbasis web ini masih berbasis teks yang umum dan belum dapat bertatap muka seperti yang umum digunakan saat ini.

Lalu di tahun 1989, Tim Berners Lee menciptakan WWW (World Wide Web), pengguna mulai membuat situs Web pribadi. Mereka dapat berbagi dan berkomunikasi melalui internet melalui situs pribadi ini (Purwa, 2022). Di tahun 1995, *Yahoo* muncul dengan mengenalkan layanan mesin pencari serta diikuti dengan layanan *Email*. Namun brand *Yahoo* lebih terkenal sebagai penyedia layanan *Email* gratis. Layanan mesin pencari terbaik hingga saat ini, yaitu *Google*, muncul di tahun 1998 dengan algoritma yang lebih baik dibandingkan mesin-mesin pencari sebelumnya. *Google* mulai dikenal sebagai layanan mesin pencari, meskipun dalam perkembangannya, *Google* menyediakan sejumlah bentuk aplikasi dan layanan lainnya.

Media jejaring sosial muncul di dunia dimulai dengan munculnya *Friendster* pada tahun 2002 yang merupakan aplikasi untuk membangun relasi pertemanan dunia maya dengan cakupan yang luas yakni seluruh dunia. Setelah munculnya *Friendster*, media sosial yang selanjutnya adalah *Linkedin* sebuah situs yang membagikan pengalaman mengenai dunia bisnis dan pekerjaan yang didirikan pada tahun yang sama. Selanjutnya pada tahun 2003 situs *MySpace* didirikan, berfokus pada orientasi musik seseorang, *MySpace* menjadi situs jejaring yang dapat digunakan untuk bertukar pesan/*chatting*, menunggah lagu/video dan menyediakan layanan pemasangan genre musik khusus pada halaman profil (Romli, Lena, Tingga, & Sugiat, 2022).

Setelah itu *Facebook* pertama kali muncul pada tahun 2004, tetapi popularitasnya di Indonesia meningkat pada tahun 2008 dan mulai menggantikan *Friendster* sebagai platform *online* sebagai sarana berkenalan via dunia maya. Pada tahun 2009, *Twitter* muncul sebagai situs jejaring sosial yang lebih sederhana dengan fokus pada menampilkan timeline dengan status pengguna lain. Pada tahun yang sama, situs jejaring sosial berbasis aplikasi muncul yakni *WhatsApp* namun aplikasi ini belum diminati banyak orang. Pada tahun 2010, *Instagram* menjadi situs jejaring sosial yang paling populer di Indonesia. Pada tahun 2011, *Line* digunakan sebagai platform sehari-hari untuk bertukar pesan, dengan situs jejaring sosial yang fokus pada pertukaran pesan antara individu dan kelompok (Hasiholan, Qurrata'aini, & Tanidi, 2021).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.

c. Jenis- Jenis Media Sosial

Berdasarkan fungsi atau fasilitas yang dimiliki, media sosial dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu (Syahputra, 2019):

- 1) *Social network*, yaitu media sosial yang memberikan fasilitas untuk membangun hubungan sosial secara virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Media sosial ini mempunyai ciri presentasi diri tinggi karena media sosial ini memungkinkan pengguna untuk menampilkan diri secara jelas kepada pengguna lain dalam bentuk foto atau video. Misalnya pengguna dapat menampilkan profil, menceritakan kegiatannya (makan di mana, rekreasi di tempat mana, dan seterusnya). Contohnya seperti *Facebook*, *Whatsapp*, *LinkedIn*, dan lain- lain.
- 2) *Discuss* yaitu media sosial yang memberikan fasilitas para pengguna untuk bisa saling mengobrol. Contohnya seperti *Skype*, *Google Talk*, dan lain-lain.
- 3) *Share* yaitu media sosial yang memberikan fasilitas berbagi file audio, visual dan audio visual. Media sosial ini ditandai oleh presentasi diri yang rendah, karena media sosial ini lebih menekankan pada isi (*content*) dari pengguna, bukan penggunanya. Contohnya seperti *Youtube*, *Snapchat*, *TikTok*, dan lain-lain.
- 4) *Social game* yaitu media sosial yang memberikan fasilitas game online untuk dimainkan bersama dan berinteraksi di antara sesama pemain selama permainan berlangsung. Dalam permainan ini, pengguna memilih avatar tertentu, kemudian bermain secara online dengan pengguna lain dari berbagai penjuru dunia. Selama permainan, masing-masing pengguna bisa saling berinteraksi dan bercakap-cakap secara langsung. Namun, media sosial ini memiliki presentasi diri yang rendah karena pengguna tidak menampilkan profil dirinya secara jelas Contohnya seperti *Pogo*, *Saga*, dan lain-lain.
- 5) *Livestream* yaitu media sosial yang memberikan fasilitas berupa tayangan bersifat langsung. Contohnya seperti *YouTube Live*, *Facebook Live*, dan lain-lain.
- 6) *Microblog* yaitu media sosial yang memberikan fasilitas kepada pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contohnya seperti *Twitter*, *Tumblr*, dan lain-lain.

Berikut adalah beberapa situs media sosial terpopuler di Indonesia yang sangat banyak digunakan:

1) *Facebook*

Facebook adalah salah satu platform jejaring sosial di Amerika yang memungkinkan orang terhubung dalam wilayah yang luas (Gradiani, 2024). *Facebook* juga memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan bergabung dengan komunitas seperti tempat kerja, sekolah, dan kota. Selain itu, dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbaharui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya (Mazzarello, Harefa, & Hellena, 2024).

2) *WhatsApp*

WhatsApp adalah aplikasi media sosial pada handphone yang dapat membantu pengguna mengirim dan menerima pesan seperti sms tanpa menggunakan pulsa melainkan kuota internet. Sebagai media komunikasi baru, *WhatsApp* sangat membantu penggunaannya dengan berbagai fungsi, seperti mengirim dan menerima pesan bertukar kabar yang tidak hanya mendengar suara tetapi *WhatsApp* juga dapat berbicara tatap muka yang disebut dengan video call dan bisa terhubung sampai 32 orang (Erlinawati & Sinduwiatmo, 2024).

3) *Instagram*

Instagram dikategorikan sebagai media sosial karena digunakan oleh penggunanya sebagai media sosial dengan kemampuan untuk memberikan informasi berupa gambar, foto, video, dan *caption* (Anggrean & Wijoyo, 2024)

4) *Youtube*

Youtube adalah situs web yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video, serta mengelola saluran mereka melalui *Youtube Studio* (Birgante, Wismanto, & Warkito, 2024). Menurut Miller, *YouTube* adalah sebuah komunitas berbagi video yang berarti bahwa pengguna *Youtube* bisa mengunggah dan melihat segala macam video online menggunakan laman apapun (Miller, 2009). Video-video tersebut dapat berupa berita, materi pelajaran, tutorial, hiburan dan lainnya

5) *X (Twitter)*

Twitter adalah media sosial yang termasuk ke dalam jenis microblogging yang ditujukan untuk berbagi informasi atau cuitan (*tweet*) secara ringkas. *Twitter* dikategorikan sebagai bagian dari microblogging dikarenakan *Twitter* memiliki keterbatasan karakter

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.

yakni hanya 280 kata dalam setiap pengiriman pesan atau cuitannya (*tweet*) termasuk tanda baca dan juga spasi. Pada dasarnya *Twitter* merupakan layanan pesan yang digunakan untuk menulis dan mengirimkan pesan kapan saja, dimana saja dan dapat dibaca oleh siapa saja.

6) *Telegram*

Telegram adalah aplikasi pesan instan berbasis cloud yang fokus pada kecepatan dan keamanan. *Telegram* juga merupakan sebuah platform komunikasi instan yang memudahkan pengguna untuk mengirimkan pesan teks, gambar, video, dan berkas media lain secara langsung dan aman (Olivia, Margareta, Gabriella, & Siahaan, 2024).

7) *TikTok*

TikTok adalah platform media sosial di mana pengguna dapat membuat dan berbagi video singkat, biasanya berkisar dari 15 detik hingga satu menit. Platform ini dikenal karena beragamnya konten, termasuk *lip-sync*, tarian, sketsa komedi, konten edukatif, dan lainnya. Platform ini menggunakan algoritma untuk menyesuaikan konten dengan minat pengguna, sehingga sangat menghibur dan membuat ketagihan bagi banyak orang. Selain itu, *TikTok* menawarkan berbagai fitur interaktif, termasuk komentar, *like*, dan berbagi, yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam komunitas yang dinamis dan saling mendukung (Manalu et al., 2024).

d. Karakteristik Media Sosial

Media sosial berbeda dari media lainnya dalam beberapa hal, salah satunya adalah bahwa mereka telah berkembang dari cara media digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Beberapa karakteristik media sosial adalah jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), dan konten oleh pengguna (*content user*), Penyebaran (*Share/Sharing*).

1) Jaringan (*Network*) Antar Pengguna

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial, yaitu membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna saling kenal atau tidak, media sosial memungkinkan pengguna terhubung melalui mekanisme teknologi

2) Informasi (*Information*)

Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena pengguna media sosial berbeda dengan media lainnya di

internet. Mereka membuat konten, mengidentifikasi diri, dan berinteraksi berdasarkan informasi. Bahkan, dalam masyarakat, informasi telah berkembang menjadi semacam komoditas, yaitu suatu hal yang bisa diperdagangkan untuk mendapat keuntungan. Jadi, informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi, sehingga menjadi komoditas berharga.

3) Arsip (*Archive*)

Arsip menjadi karakter media sosial menunjukkan bahwa data dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat apa pun.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Salah satu karakter dasar dari media sosial adalah membangun jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak hanya memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet, tetapi juga harus dibangun melalui interaksi antar pengguna. Secara teori, kata "interaksi" memiliki beberapa arti, yaitu:

- a) Interaksi merupakan sebuah struktur yang menghubungkan khalayak maupun teknologinya yang dibangun dari perangkat keras maupun perangkat lunak dari berbagai sistem media.
 - b) Interaksi menunjukkan sebuah konsep tentang komunikasi yang terjadi antara pengguna yang termediasi oleh media baru dan memberikan kemungkinan-kemungkinan baru yang selama ini ada dalam proses komunikasi interpersonal.
 - c) Interaksi juga bisa diartikan sebagai konsep yang menghapuskan sekat atau batasan ruang dan waktu. Interaksi di ruang virtual bisa terjadi kapan saja dan melibatkan pengguna dari berbagai wilayah.
- ### 5) Simulasi Sosial (*Simulation Of Society*)

Interaksi yang terjadi di media sosial tampak sangat mirip dengan interaksi yang terjadi di dunia nyata. Namun, yang sebenarnya terjadi hanyalah simulasi dan terkadang sangat berbeda. Identitas di media sosial dapat berubah-ubah, misalnya. seseorang dapat memungkinkan untuk menjadi siapa saja, bahkan menjadi orang yang sangat berbeda dari yang sebenarnya, seperti bertukar foto profil, mengubah hubungan perkawinan, atau mengubah identitas jenis kelamin.

6) Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Konten oleh pengguna atau *user generated content* (UGC), adalah karakter media sosial lainnya. Menurut istilah, konten

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 mengemukakan 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.

media sosial sepenuhnya berasal dari kontribusi pengguna atau pemilik akun. Contohnya seperti *Youtube*, Pengguna *Youtube* memiliki kebebasan untuk mengunggah video ataupun konten yang diinginkan.

7) Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Pengguna media sosial tidak hanya membuat dan mengonsumsi konten, tetapi juga mengembangkan dan menyebarkan kontennya. Penyebaran ini terbagi menjadi dua cara. Pertama, konten di media sosial didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Kedua melalui perangkat, penyebaran melalui perangkat bisa dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk menyebarkan konten lebih luas. Misalnya, tombol "*share*" di YouTube berfungsi untuk menyebarkan video ke platform media sosial dan media internet lainnya (Nasrullah, 2017).

e. Penggunaan Media Sosial

Pada saat ini penggunaan media sosial tidak hanya untuk berinteraksi saja, tetapi penggunaan media sosial juga memiliki berbagai manfaat yang dapat dirasakan oleh individu, organisasi, dan masyarakat secara keseluruhan. Adapun beberapa manfaat media sosial menurut Puntoadi adalah sebagai berikut:

1) *Personal branding is not only figure, it's for everyone*

Maksudnya adalah media sosial memiliki manfaat untuk Membangun *personal branding*. Pengguna dapat menggunakan berbagai platform media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *YouTube* untuk berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di sosial media. Keunggulan membangun *personal branding* melalui media sosial adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiensnya lah yang akan menentukan

2) *Fantastic marketing result throught social media. People don't watch TV's anymore, they watch their mobile phones*

Maksudnya adalah media sosial memiliki manfaat untuk mencapai hasil pemasaran yang luar biasa. Hal ini dapat dilihat dari fenomena di mana masyarakat modern lebih sering menggunakan telepon genggam mereka yang disebut sebagai "*smartphones*", yang memungkinkan kita untuk melihat berbagai macam informasi.

3) Memudahkan interaksi

Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menciptakan komunikasi yang lebih individual, personal, dan dua arah. Melalui

media sosial, Pengguna dapat mengetahui kebiasaan pengguna lainnya, berinteraksi secara pribadi, dan membangun hubungan yang lebih kuat.

4) Media sosial memiliki sifat viral

Viral menurut Danis berarti memiliki sifat seperti virus yaitu menyebar dengan cepat. Informasi yang muncul dapat tersebar dengan cepat karena para Pengguna media sosial memiliki karakter berbagi. (Puntoadi, 2011) Istilah ini pun kemudian digunakan untuk konten-konten media sosial yang cepat tersebar atau banyak diduplikasi oleh pengguna media sosial. Cohen menyebutkan bahwa istilah viral sharing merujuk pada penyebaran konten dari satu orang ke orang lain melalui jejaring sosial yang mereka miliki (Agustina, 2020).

Instagram

a. Definisi *Instagram*

Secara istilah kata *Instagram* dapat diartikan sebagai media yang digunakan untuk mengirim foto dan informasi dengan mudah dan cepat (Azizeh, 2021). Jadi, *Instagram* adalah aplikasi yang memiliki fasilitas atau fitur untuk mengunggah foto/ video dan juga dapat melihat unggahan pengguna lain (Permana & Pratiwi, 2021). Selain itu, *Instagram* juga dapat diartikan sebagai aplikasi media sosial yang digunakan untuk mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai situs jejaring sosial, termasuk *Instagram* sendiri (Johana, Lestari, & Fauziah, 2020).

Menurut Feri Sulianta dalam bukunya "Keajaiban Sosial Media", *Instagram* adalah sebuah platform jejaring sosial berbasis internet yang digunakan oleh pengguna berbagi informasi melalui foto digital (Sulianta, 2015).

Menurut Albarran dalam bukunya yang berjudul *The Social Media Industries*, *Instagram* adalah situs jejaring sosial yang dibuat pada Oktober 2010 untuk berbagi foto. Pengguna dapat mengambil foto, mengeditnya, dan membagikannya ke situs jejaring sosial (Albarran, 2013).

Menurut Bambang, *Instagram* adalah aplikasi media sosial yang mirip dengan *Twitter*, tetapi memungkinkan pengguna mengambil foto dalam format digital dan berbagi informasi terhadap penggunaannya (Atmoko, 2012).

Menurut Macarthy *Instagram* merupakan aplikasi media sosial yang dilandasi terhadap seseorang yang suka dengan visual dan memiliki fitur-fitur yang menyenangkan untuk digunakan dalam

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

mengabadikan foto-foto, untuk diunggah ke halaman feed yang dapat dilihat oleh orang banyak (Macarthy, 2015).

Menurut Jubilee Enterprise, *Instagram* adalah komunitas yang saling berbagi foto antar pengguna dari seluruh dunia. *Instagram* menyerupai galeri berukuran raksasa dimana setiap orang bisa melihat hasil karya pengguna *Instagram* yang lain dan menciptakan jaringan pertemanan (Enterprise, 2012).

Menurut Nurudin, *Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto atau video, menerapkan filter dan membagikannya (Nurudin, 2020).

Jadi berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Instagram* adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik sendiri dalam bentuk *feed* dan *story*.

b. Sejarah Berdiri *Instagram*

Welcome To Instagram, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner *Instagram*. *Instagram* adalah platform jejaring sosial populer yang memungkinkan pengguna berbagi foto digital (William Jaya Suprana, 2023). *Instagram* awal mulanya dibentuk oleh perusahaan Burb INC, perusahaan INC adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi dalam membuat aplikasi untuk gadget. Diawal mula terbentuknya perusahaan Burb INC, perusahaan itu hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk gadget.

Aplikasi aslinya bernama *Burbn*, namun namanya kemudian diubah menjadi *Instagram*. *Instagram* terdiri dari dua kata "*Insta*" dan "*Gram*". Kata "*Insta*" berasal dari kata "*Instan*" yang berarti bahwa *Instagram* ini akan menampilkan foto-foto secara instan, layaknya polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata "*Gram*" berasal dari kata "*Telegram*" yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Jadi, pada mulanya Kevin dan Mike membuat aplikasi mobile web yang diberi nama *Burbn*. Yang mana aplikasi ini memiliki fitur semacam check-in lokasi, pengguna akan mendapatkan poin di aplikasi setiap mereka check in saat bergaul dengan pengguna lain, mengunggah foto dan banyak lagi. Namun, karena fitur di *Burbn* terlalu banyak, Kevin dan Mike sengaja

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.

membuat aplikasi yang lebih simple yaitu *Instagram* dengan 3 macam fitur, yaitu unggah foto, komentar dan suka. Jadi pengguna tidak direpotkan dengan media sosial ini. (Bela, 2024).

Instagram didirikan di San Francisco, California, ketika Kevin Systrom mulai mengerjakan sebuah aplikasi yang bertujuan untuk menggabungkan karakteristik terbaik dari aplikasi jejaring sosial populer lainnya. Nama tersebut dirancang untuk merujuk pada gagasan bahwa *Instagram* adalah salah satu bentuk layanan telegram instan (Ismail & Yuliana, 2023). Peluncuran *Instagram* pertama kali berlangsung sukses, Dalam waktu sekitar 2, 5 bulan pengguna *Instagram* dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang.

Pada April 2012, situs ini memiliki lebih dari 100 juta pengguna. Karena *Instagram* selalu gratis bagi pengguna, dan karena perusahaan pada awalnya enggan memasukkan iklan berbayar ke dalam situsnya, popularitas *Instagram* tidak langsung menghasilkan kesuksesan finansial. Namun, para pendiri dan pendukung keuangan perusahaan baru ini memperoleh keuntungan finansial ketika *Facebook Inc.* membeli *Instagram* dengan nilai tunai dan saham sekitar \$1 miliar pada bulan April 2012 (Harvey, 2014). Sejak saat itu, *Instagram* semakin dikenal dan mengalami peningkatan pengguna yang pesat.

Pada 11 Mei 2016 *Instagram* memperkenalkan versi 10.10.0 dengan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk *gradient*.



Gambar 2.1 Logo *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.

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

c. Perkembangan *Instagram*

Meningkatnya popularitas aplikasi ponsel pintar sulit untuk diabaikan. Orang-orang mengakses informasi dan terhubung melalui media sosial di ponsel pintar mereka dengan kecepatan yang semakin meningkat. Aplikasi foto diketahui memiliki keterlibatan pengguna tertinggi, dan aplikasi foto *Instagram* adalah aplikasi seluler kedua yang paling banyak digunakan di kalangan orang dewasa dalam kelompok usia 18-34 tahun (Ramadhany, Sary, & Putri, 2023). Sejak diluncurkan pada Oktober 2010 hingga Desember 2011, *Instagram* memperoleh 10 juta pengguna. Dan juga *Instagram* diberi penghargaan *iPhone App of the Year* pada bulan Desember 2011, yang hanya berjarak setahun sejak kemunculannya pertama kali di aplikasi *Apple store* (Anderson, 2016).

Sementara itu, Pengguna Android harus menunggu hingga tanggal 3 April 2012 untuk menikmati aplikasi *Instagram*. Setelah *Instagram* dirilis untuk ponsel Android, aplikasi tersebut langsung diunduh lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari. Pada Juli 2012, *Instagram* memiliki 80 juta pengguna. Pada tahun 2013, *Instagram* menambahkan fitur video, memungkinkan pengguna mengunggah video berdurasi 15 detik dan mulai menampilkan iklan di platformnya. Lalu pada tahun 2015, *Instagram* mengizinkan pengguna mengunggah foto dalam format landscape dan portrait, selain format persegi tradisional.

Untuk tahun-tahun berikutnya, *Instagram* terus menambahkan fitur-fitur baru yang inovatif yang membuat pengguna dapat berbagi konten dan berinteraksi dengan lebih efektif. Contohnya *IGTV* dirilis pada 20 Juni 2018 Pada Agustus 2019, *Instagram* juga mulai menguji coba penghapusan tab "Mengikuti" dari aplikasi, yang memungkinkan pengguna melihat umpan suka dan komentar yang dibuat oleh pengguna yang mereka ikuti. Selanjutnya, *Instagram* meluncurkan fitur baru yang disebut *Co-Watching* pada Maret 2020. Fitur ini memungkinkan pengguna berbagi posting satu sama lain melalui panggilan video. peluncuran *Co-Watching* di *Instagram* dilakukan untuk memenuhi permintaan untuk terhubung secara virtual dengan teman dan keluarga karena lebih banyak orang diminta untuk tinggal di rumah dan "jarak sosial sebagai akibat dari pandemik *Covid-19* (Efendi & Lutfianingsih, 2023).

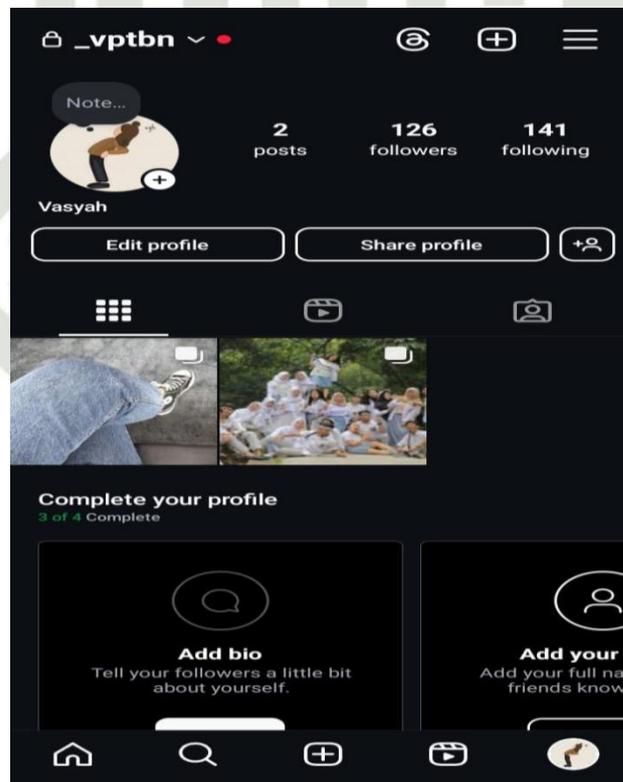
Namun, *Instagram* tidak hanya menciptakan fitur baru, tetapi juga mengalami peningkatan jumlah pengguna dengan pesat terus menerus. Peningkatan jumlah pengguna tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah pengguna *Instagram* saat ini adalah

ssbanyak 2 miliar pengguna di dunia, dan akan terus bertambah setiap harinya lagi (We Are Social, 2024).

d. Fitur- Fitur *Instagram*

Instagram dapat digunakan untuk melakukan banyak hal, terutama sebagai media untuk komunikasi, media *sharing/posting* yaitu membagikan foto/video, *IG story* dan *searching* yaitu melihat atau memantau feed atau *ig story* publik figur/*influencer*, teman/kenalan, dan mencari informasi (Hanifuddin & Cahyono, 2021). Oleh karena itu, *Instagram* memiliki banyak fitur yang digunakan oleh pengguna untuk berbagi konten, dan berinteraksi dengan pengguna lain. Berikut beberapa fitur utamanya:

1) *Feed Instagram*



Gambar 2.2 Tampilan *Feed Instagram*

Feed merupakan fitur pertama kali yang ada pada *Instagram*. Fitur ini menampilkan foto-foto yang diunggah oleh pemilik akun sehingga pengguna lain dapat melihatnya. *Feed Instagram* juga dapat membantu membranding pemiliknya dengan menyusun *feed* semenarik mungkin. Kelebihan dari Fitur ini adalah foto yang diunggah tidak akan hilang kecuali pemilik akun menghapusnya atau menyembunyikannya dalam arsip (Shafa et al., 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.

2) *Instagram story*

Gambar 2.3 Tampilan *Instagram story*

Instagram story adalah fitur dimana pengguna dapat mengirim foto atau video. Selain itu, *Instagram story* juga memiliki fitur seperti *boomerang*, *mentions*, *sticker*, filter yang menarik, *music*, dan lainnya (Sinambela & Zevi Ariska, 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.

3) *Reels*

Gambar 2.4 Tampilan Reels *Instagram*

Reels adalah fitur yang mirip dengan aplikasi tik tok, di mana pengguna dapat membuat konten video dengan fitur tambahan seperti musik, filter, dan tata letak video untuk membuatnya lebih menarik. Pengguna *Instagram* juga dapat melihat *reels* pengguna lain yang sedang populer (Susilawaty, Wardanhi, Sudirman, & Halika, 2022).

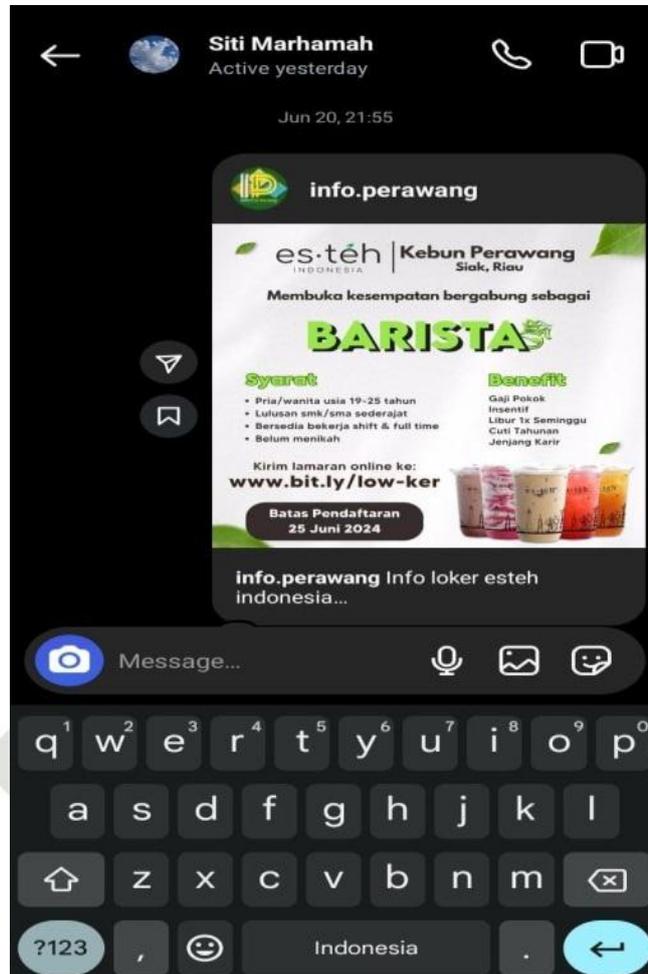
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

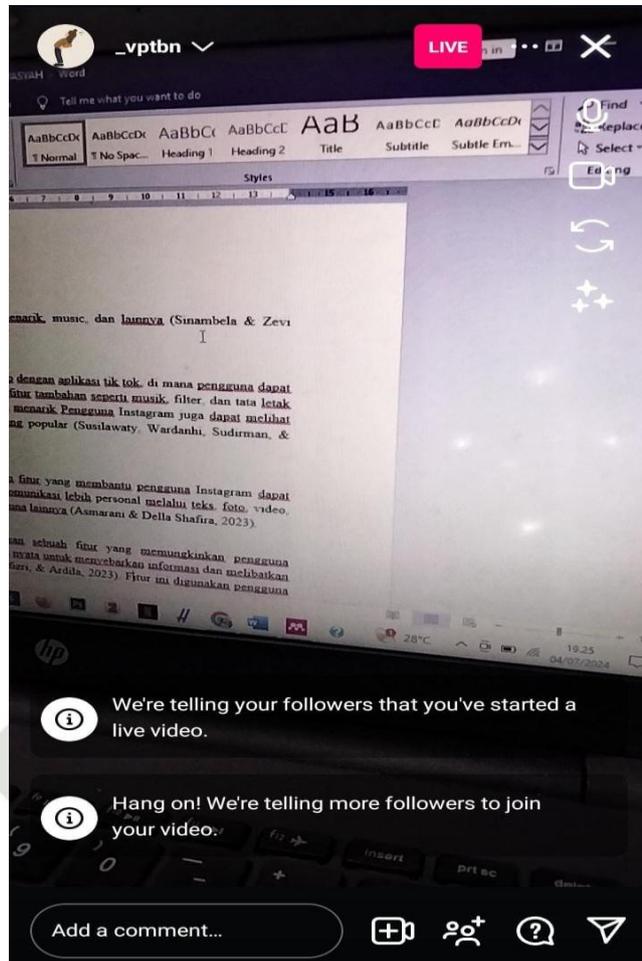
4) Direct Messages (DM)



Gambar 2.5 Tampilan *Direct message Instagram*

Direct message merupakan fitur yang membantu pengguna *Instagram* dapat melakukan interaksi dan berkomunikasi lebih personal melalui teks, foto, video, dan pesan suara kepada pengguna lainnya (Asmarani & Della Shafira, 2023).

5) *Live Instagram*



Gambar 2. 6 *Tampilan Live Instagram*

Live Instagram merupakan sebuah fitur yang memungkinkan pengguna streaming video dalam waktu nyata untuk menyebarkan informasi dan melibatkan audiens (Maruf, Utomo, Nurfizri, & Ardila, 2023). Fitur ini digunakan pengguna untuk melakukan *vlogging* atau berinteraksi secara langsung dengan pengguna lain, menunjukkan situasi dan keadaan terkini mereka (Erlina & Kojongian, 2024).

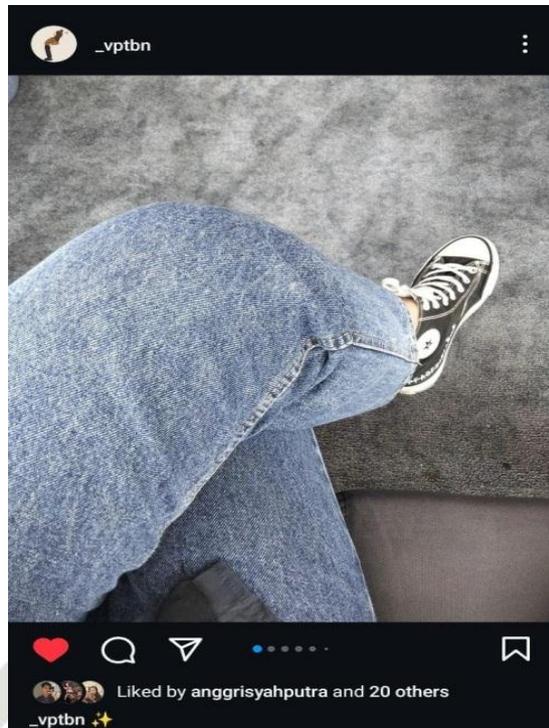
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

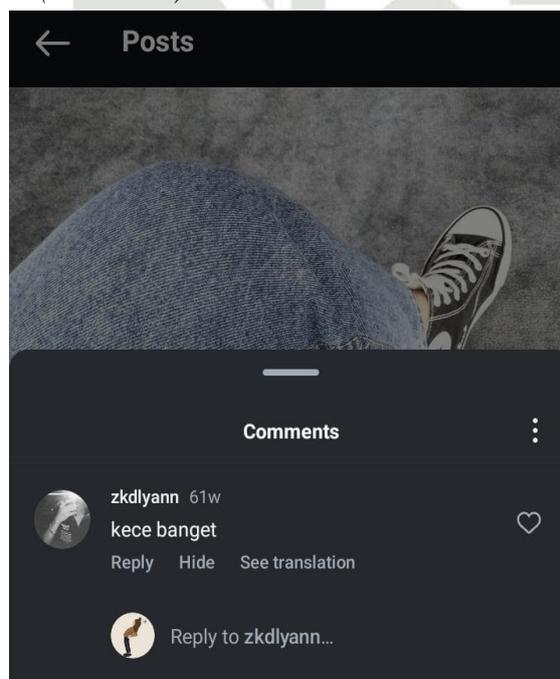
6) Suka (*Like*)



Gambar 2.7 Tampilan Suka (*Like*) Instagram

Suka/ *like* merupakan fitur dari *Instagram* untuk memberikan 'suka' pada foto dan video yang diposting oleh pengguna lain.

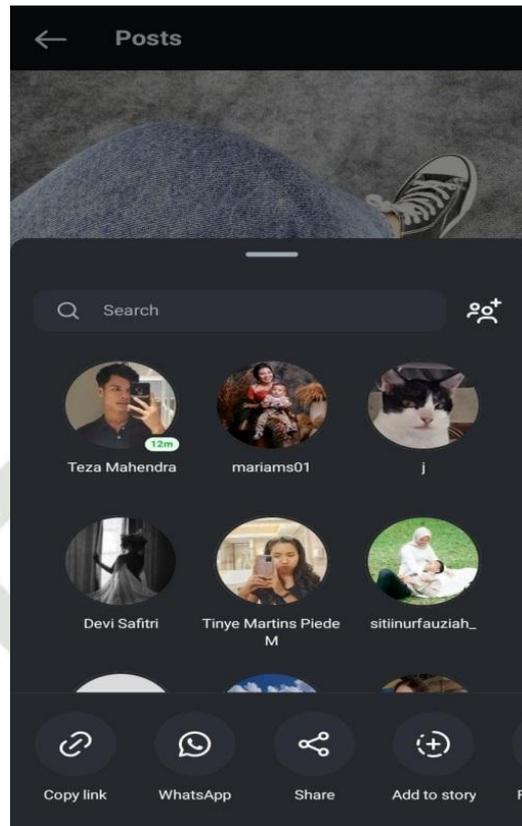
7) Komentar (*Comment*)



Gambar 2.8 Tampilan Komentar (*Comment*) Instagram

Komentar/ *comment* merupakan komentar yang diberikan pada postingan yang telah di-upload. Dengan memberikan komentar kepada akun *Instagram* lain, akun *Instagram* yang di-branding akan menjadi lebih populer.

8) Bagikan (*Share*)



Gambar 2.9 Tampilan Bagikan (*Share*) Instagram

Bagikan/ *share* merupakan fitur yang digunakan untuk berbagi posting dan *caption* yang sudah diunggah ke pengguna lain maupun sosial media lain (Haryanto & Rahmi, 2019).

4. Informasi

a. Definisi Informasi

Istilah informasi berasal dari bahasa Perancis kuno “*informacion*” yang diambil dari bahasa Latin “*informare*”, yang artinya aktivitas dalam pengetahuan yang dikomunikasikan (Zahara, 2022). Dalam Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), informasi adalah penerangan atau pemberitahuan; kabar atau berita tentang sesuatu.

Menurut Azhar Susanto dalam bukunya Sistem Informasi Akuntansi, menyatakan bahwa informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat (Susanto, 2013).

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 Hartono, informasi adalah kumpulan atau himpunan data yang telah diolah menjadi sesuatu yang memiliki arti dan manfaat yang lebih banyak dan lebih luas (Hartono, 2013).

Menurut Jogiyanto menjelaskan arti kata informasi sebagai data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan (Jogiyanto, 2005).

Menurut Kaniki (dalam Nurfadillah, Muhammad, 2021), informasi merupakan ide, fakta, karya imajinatif pikiran, data yang berpotensi untuk pengambilan keputusan, pemecahan masalah, serta juga menjadi jawaban atas pertanyaan yang dapat mengurangi ketidakpastian.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa informasi adalah sekumpulan data yang bersumber dari fakta-fakta dan diolah sehingga menjadi lebih bermanfaat bagi yang menggunakannya.

Individu sebagai pengguna tentu mengharapkan informasi yang akurat dan harus sesuai dengan kenyataan. Kualitas suatu informasi akan meningkat apabila informasi tersebut dapat diverifikasi, yakni kebenarannya dapat dibuktikan secara independen dan harus *up to date*. Sesuai dengan maksud penggunaannya, informasi harus lengkap dan tepat sehingga pihak yang menerima dapat memilih perincian spesifik yang sesuai dengan kebutuhannya. Informasi juga harus bermakna jelas, agar dapat dimengerti oleh si penerima (Zorkoczy, 1990).

b. Ciri-Ciri Informasi

Kualitas informasi adalah tingkat dimana informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu, yang membuatnya bernilai bagi penerima informasi (James, 2005). Menurut Davis, informasi yang berkualitas memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Benar atau salah. Maksudnya adalah beberapa informasi ada yang benar dan ada yang salah yang berarti bahwa informasi ada yang sesuai dengan keadaan sebenarnya atau hasil rekayasa.
- 2) Baru. maksudnya adalah informasi sama sekali belum pernah diterima dan masih segar, seperti topik yang sedang populer atau viral. Penerima akan merasa tertarik apabila informasi yang diterimanya bersifat baru dan akan meluangkan waktu untuk mendengarkan dan menyebarkan informasi.
- 3) Tambahan. Maksudnya adalah Informasi dapat berupa tambahan dari informasi yang telah ada sehingga melengkapi informasi yang telah ada.

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

- 4) Korektif. Maksudnya adalah Informasi dapat digunakan untuk melakukan koreksi atau perubahan terhadap informasi sebelumnya yang salah atau palsu.
- 5) Penegas. Maksudnya adalah informasi dapat memperkuat atau menegaskan informasi sebelumnya sehingga keyakinan terhadap informasi semakin meningkat (Davis, 1991).

c. Jenis- Jenis Informasi

Jenis-jenis informasi dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai kriteria, seperti sifatnya, penyajiannya bidang kehidupan, dan lokasi peristiwa. Berikut adalah jenis-jenis informasi (Pribadi, Rohman, Suwarni, Pradana, & Lestanti, 2019)

1) Jenis Informasi Berdasarkan Sifatnya

Jenis informasi berdasarkan sifatnya dibagi lagi menjadi 3 yaitu

a) Faktual

Faktual adalah informasi yang dibuat berdasarkan dari fakta atau peristiwa nyata, dan kebenarannya bisa dibuktikan

b) Konsep Atau Opini

Konsep atau opini adalah informasi yang dibuat berdasarkan pendapat, pikiran, atau pendirian seseorang mengenai suatu hal. Informasi tidak dapat dibuktikan secara langsung dan biasanya berisi pandangan subjektif

c) Deskripsi

Deskripsi adalah informasi yang dibuat dalam bentuk penjelasan yang spesifik dan terperinci tentang suatu hal.

2) Jenis Informasi Berdasarkan Penyajiannya

Informasi berdasarkan penyajiannya adalah informasi yang disampaikan/disajikan dalam beberapa bentuk. Misalnya seperti artikel, gambar, audio, video dan lain-lain

3) Jenis Informasi Berdasarkan Bidang Kehidupan

Informasi Berdasarkan Bidang Kehidupan adalah informasi yang dibuat dalam beberapa kategori, misalnya seperti informasi pendidikan, informasi kesehatan, informasi olahraga, informasi bisnis dan lain-lain.

4) Jenis Informasi Berdasarkan Lokasi Peristiwa

Informasi berdasarkan lokasi peristiwa adalah informasi yang dibuat berdasarkan dari lokasi terjadinya suatu peristiwa. Contoh informasi berdasarkan lokasi peristiwa adalah informasi daerah, nasional, dan mancanegara.

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.

d. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Menyebarkan Informasi

Instagram saat ini dianggap sebagai platform media sosial yang sangat populer dan disukai oleh masyarakat karena dapat digunakan sebagai media hiburan. Namun, seiring berjalannya waktu, *Instagram* telah berkembang menjadi platform yang dapat digunakan sebagai media informasi. Yang dimana *Instagram* adalah platform yang dapat memudahkan seseorang berkomunikasi secara pribadi dan kelompok. *Instagram* bersifat praktis, efektif, informatif, dan dapat diakses oleh semua orang. *Instagram* memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, baik itu tentang politik, sosial, dan berita terbaru yang sedang terjadi disekitar lingkungan masyarakat. Semuanya dapat diakses melalui handphone pribadi masing-masing kapan pun dan di mana pun berada

Menurut Chris Heuer (dalam Solis, 2011) sebagai pendiri Social Media Club, mengusulkan konsep 4C untuk memanfaatkan media sosial. Tujuannya adalah untuk membuat sosial media mudah digunakan dan memenuhi tujuan pengguna. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut:

1) *Context: "How we frame our stories"*

Konteks dalam teori 4C oleh Chris Heuer menjelaskan bagaimana sebuah pesan atau cerita dibentuk dan disajikan sesuai dengan konteks dan tujuan komunikasinya. Contohnya seperti bentuk pesan, penggunaan bahasa maupun isi dari pesan tersebut.

2) *Communications: "The practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing"*

Komunikasi Dalam teori 4C oleh Chris Heuer adalah kegiatan berbagi cerita, merespons, mendengarkan dan berkembang bersama. Komunikasi membantu memastikan pesan mereka tersampaikan dengan jelas dan efektif sehingga meningkatkan interaksi dan keterlibatan. Contohnya yaitu dengan cara yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan dengan baik

3) *Collaboration: "Working together to make things better and more efficient and effective"*

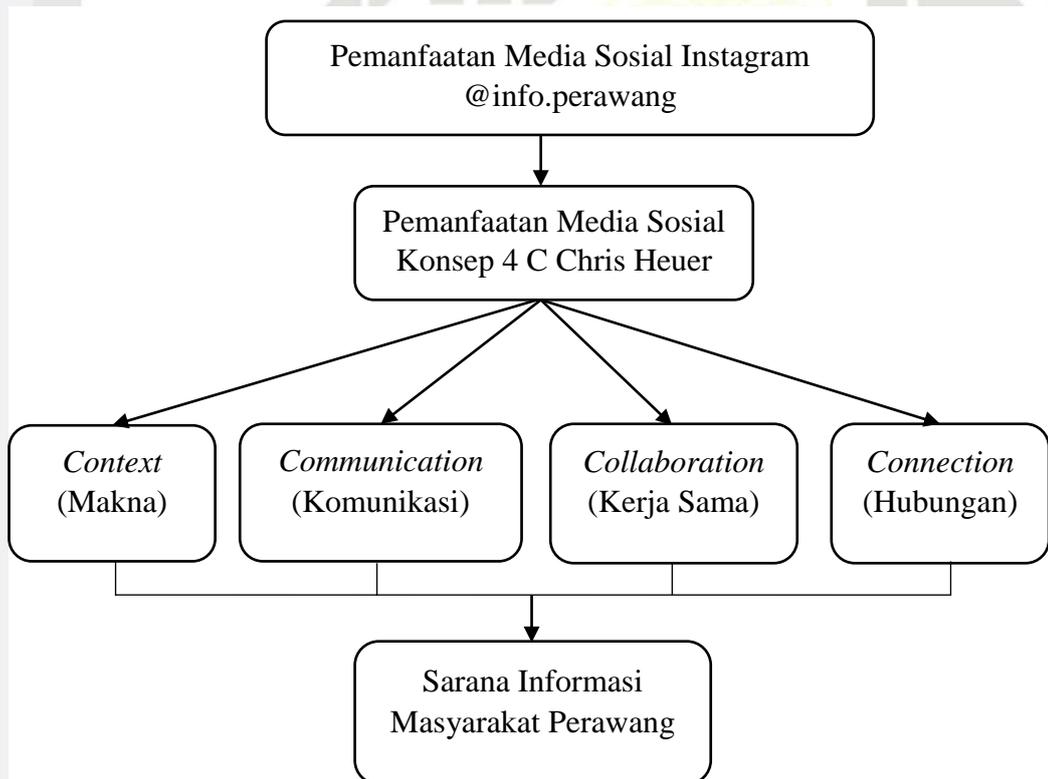
Kerja Sama dalam teori 4C oleh Chris Heuer menjelaskan bagaimana bekerja sama dengan berbagai pihak untuk membuat konten yang lebih bermanfaat dan menarik bagi audiensnya sehingga dapat memperluas jangkauan, meningkatkan keterlibatan audiens, dan memperkuat hubungan dengan mitra kerjasama. Contohnya yaitu sebuah akun harus bekerja sama untuk membuat sesuatu menjadi lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif.

4) *Connections: "The relationships we forge and maintain"*

Hubungan dalam teori 4C oleh Chris Heuer menekankan pentingnya membangun hubungan yang kuat antara pemilik akun dan audiens (Cahya, Putriana, & Kholik, 2024). Contohnya yaitu memelihara hubungan yang telah terbentuk dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga lebih dekat dengan pengguna media sosial lain (Nurdin, Restiti, & Amalia, 2021). Dalam sosial media, hubungan yang terbina antara pengguna dengan audiens karena merasa tertarik, relate dan memberi apresiasi dan jika melalui *Instagram* yang ditandai dengan follow, *like*, comment dan *share*.

C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.10
Kerangka Pemikiran



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

Metode penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode yang digunakan untuk menganalisis masalah secara fenomenologis, yang berarti mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata (lisan dan tulis), ucapan, isyarat, pengalaman, dan perilaku yang diamati (Afrizal, 2014). Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk mengetahui hal-hal atau fenomena sosial apa yang terjadi. Penelitian ini dimungkinkan dengan memberikan paparan berupa gambaran yang jelas tentang suatu fenomena sosial (Jaya, 2020).

Dengan menggunakan metode penelitian ini, maka peneliti nantinya akan mendapatkan data yang jelas untuk dideskripsikan sehingga hasil dari penelitian sesuai dengan kondisi apa adanya di lapangan.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Perawang, Kecamatan Tualang, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Sedangkan waktu penelitian berlangsung mulai bulan Juni sampai selesai.

C. Sumber Data Penelitian

Jenis data yang akan diperoleh dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian. (Nazar, 2003) Sedangkan menurut Lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan hasil wawancara peneliti dengan informan admin @info.perawang.

Data Sekunder

Data sekunder berasal dari data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi lebih informatif bagi pihak lain (Ardial, 2015). Data sekunder juga dapat berupa majalah, buletin, publikasi dari berbagai organisasi, lampiran-lampiran dari hasil-hasil studi, tesis, hasil survei, studi historis, jurnal penelitian dan sebagainya. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan internet sebagai sumber data sekunder.

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.

D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Informan diperkirakan memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang data, informasi, ataupun fakta yang akan diteliti (Moleong, 2005). Adapun informan dalam penelitian ini adalah admin akun *Instagram* @info.perawang dan *followers* akun *Instagram* @info.perawang.

No.	Nama	Posisi
1	Imam Rosidin	Admin Akun <i>Instagram</i> @info.perawang
2	Tinye Martins	<i>Followers</i> Akun <i>Instagram</i> @info.perawang
3	Tony Wijaya	<i>Followers</i> Akun <i>Instagram</i> @info.perawang
4	Hutri Lien Vany	<i>Followers</i> Akun <i>Instagram</i> @info.perawang
5	Maria Meilani	<i>Followers</i> Akun <i>Instagram</i> @info.perawang

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengenai pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi masyarakat perawang dilakukan dengan beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dimana dua orang bertemu untuk bertukar ide dan informasi melalui tanya jawab, yang menghasilkan makna dalam suatu topik tertentu. Esterberg pada tahun 2002 dalam bukunya Sugiyono yang berjudul metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D menyatakan bahwa “wawancara merupakan hatinya penelitian sosial. Bila anda lihat jurnal dalam ilmu sosial, maka akan anda temui semua penelitian sosial didasarkan pada wawancara, baik yang standar maupun yang dalam” (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam yaitu proses mendapatkan informasi tentang tujuan penelitian melalui tanya jawab secara langsung antara peneliti dan informan, baik dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Irawan, 2006). Wawancara akan dilakukan oleh peneliti dengan informan- informan yang terlibat terkait pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi masyarakat perawang.

Observasi

Observasi adalah aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Observasi dapat digunakan untuk memperoleh beberapa

informasi, seperti ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, dan waktu. (Ruslan, 2006). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi untuk mengamati pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi masyarakat perawang.

Dokumentasi

Menurut Sugiyono, Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2018). Selain itu, dokumentasi juga diartikan sebagai bahan pembuktian, pengumpulan dan keterangan seperti gambar, kutipan dan referensi lainnya. Dengan menggunakan metode dokumentasi, peneliti dapat memahami dan memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan terkait penelitian (Suwendra, 2018).

F. Validitas Data

Dalam melakukan pemeriksaan terhadap data penelitian yang telah didapat, maka digunakanlah langkah-langkah untuk menguji keabsahan data atau kesimpulan, dari hasil penelitian diperlukan pemeriksaan ulang terhadap data yang telah terkumpul.

Validitas data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi. Teknik triangulasi data merupakan teknik pengujian keabsahan data yang memeriksa kebenaran suatu data dengan cara membandingkannya dengan data lain. Informasi atau data yang diperoleh dari subjek penelitian disilangkan dengan data lain atau dokumen terkait untuk memperoleh data yang valid. (Nazir, 2003)

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun data sistematis yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara, atau dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan, menyusun ke dalam pola dan membuat kesimpulan. Tujuan analisis data adalah untuk membuat data mudah dipahami dan dapat dikomunikasikan hasilnya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif model dari Miles dan Huberman dalam Sugiyono yang membagi langkah- langkah dalam kegiatan analisis data yang terdiri dari tiga bagian yaitu (Sugiyono, 2016):

1. Reduksi Data

Menurut Miles dan Huberman, reduksi data adalah jenis analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, dan membuang data yang tidak diperlukan, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian

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.

rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi. Data yang dihasilkan dari wawancara, observasi dan dokumentasi merupakan data yang belum tersusun dengan baik, sehingga masih diperlukan pemilihan. Proses reduksi data meliputi merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data tersebut disederhanakan dan disajikan dengan memilih data yang relevan dan yang dapat menjawab permasalahan penelitian

Penyajian Data

Setelah data direduksi, tahap selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan upaya penyusunan informasi yang diperoleh dari hasil reduksi data kemudian disajikan dalam laporan yang sistematis dan mudah dipahami. Penyajian data ini dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan sehingga mencapai analisis kualitatif yang valid.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap analisis data selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan adalah mengkonfirmasi hasil reduksi dan tetap konsisten dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Data tersebut dikaitkan dan dibandingkan untuk menarik kesimpulan sebagai jawaban penelitian. Peneliti dapat memberikan makna, tafsiran, argumen, membandingkan data dan mencari hubungan antara satu dengan yang lainnya sehingga mudah untuk menarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap perumusan masalah.

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 DAN LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Akun *Instagram* @info.perawang

Akun *Instagram* @info.perawang adalah sebuah akun yang fokus pada penyebaran informasi terkait dengan Perawang, sebuah kecamatan di Kabupaten Siak, Provinsi Riau, Indonesia. Akun ini sering kali membagikan berita lokal, kejadian-kejadian penting, dan update mengenai kegiatan di Perawang dan sekitarnya. Konten yang dibagikan dapat mencakup berbagai topik, mulai dari berita lokal, kegiatan masyarakat, perkembangan infrastruktur, hingga kejadian-kejadian terkini di daerah Perawang.

Akun *Instagram* ini dibentuk pada tahun 2018 oleh pemilik akun yang bernama Imam Rosidin. Alasan admin atau pemilik akun membuat *Instagram* ini berawal dari motivasi seorang teman yang juga mengelola akun *Instagram* dengan username @infobarangbekasjogja dengan *followers* yang cukup banyak yaitu mencapai puluhan ribu *followers*. Oleh karena itu, admin @info.perawang merasa tertarik untuk melakukan hal yang sama dengan memiliki tujuan awal yaitu menggunakan media sosial untuk mendapatkan keuntungan. Pada saat itu, informasi mengenai daerah Perawang belum terlalu dipublikasi oleh pemerintah maupun masyarakat sehingga terlintas pemikiran untuk membuat akun *Instagram* @info.perawang. Meskipun tujuan awal dari akun ini adalah untuk mendapatkan keuntungan, tetapi tidak lupa juga dengan tujuan lainnya yaitu untuk memberikan informasi yang valid dan riil mengenai kejadian-kejadian di daerah Perawang dan sekitarnya, serta menjadi platform yang mendidik dan mendorong rasa solidaritas dan kepedulian sosial di kalangan masyarakat.



Gambar 4.1 Logo Akun *Instagram* info.perawang

Hingga saat ini perbulan Desember 2024 akun instaram @info.perawang memiliki pengikut sebanyak 22, 9k dan mengikuti sebanyak 533 akun, serta postingan yang berjumlah 1480 yang terdiri dari foto dan video.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 4.2 Profil *Instagram* @info.perawang

Kemudian selain membagikan konten dalam bentuk feeds, akun *Instagram* @info.perawang juga membagikan *highlights* sebanyak 12 sorotan yang merupakan informasi pilihan dari arsipan instgramstory.



Gambar 4.3 Sorotan akun *Instagram* @info.perawang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Visi dan Misi Akun *Instagram* @info.perawang

Visi Akun *Instagram* @info.perawang

“Menjadi sumber informasi terpercaya yang dapat diakses oleh warga Perawang dan sekitarnya, serta menjadi media yang mengedukasi dan memperkuat rasa kebersamaan dan kepedulian sosial dalam masyarakat.”

Misi Akun *Instagram* @info.perawang

- a. Menyebarkan informasi terpercaya
- b. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu lokal
- c. Memberikan platform untuk berita dan kegiatan positif



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.



BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan pada bab- bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan bahwa proses pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi masyarakat Perawang berjalan dengan baik. Dengan adanya akun *Instagram* @info.perawang, masyarakat Perawang dapat mengakses informasi seputar peristiwa yang terjadi di Perawang.

Akun *Instagram* @info.perawang memposting kejadian- kejadian yang ada diperawang dengan rutin dan konsisten setiap harinya sehingga insightnya selalu meningkat. Akun @info.perawang juga mengemas informasi yang ingin disampaikan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat perawang. Selain itu, admin @info.perawang menjalin komunikasi yang baik dengan para *followersnya* melalui *direct message* dan juga komentar sehingga hubungan antara admin @info.perawang dengan para *followersnya* menjadi lebih dekat. Dengan banyaknya jumlah *followers* yang saat ini mencapai 22.900 *followers*, akun @info.perawang melakukan kerjasama dengan brand lain dalam bentuk *Paid promote* dan media partner untuk mempublikasikan informasi mengenai produk atau jasa dan juga mengenai event- event yang dilaksanakan di daerah Perawang. Konsistensi akun @info.perawang dalam mengupload konten setiap harinya berhasil menciptakan koneksi yang baik sehingga tidak jarang para *followers* memberikan apresiasi berupa *like*, komen dan *share* pada akun @info.perawang.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang tepat berdasarkan teori 4C, media sosial dapat berfungsi sebagai sarana informasi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Perawang terhadap berbagai isu penting, serta memperkuat interaksi sosial di antara mereka.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dilakukan sebelumnya, maka peneliti akan memberikan beberapa saran untuk dapat dijadikan bahan acuan dan evaluasi, yaitu diharapkan kepada admin @info.perawang agar memiliki template editing yang menarik dan dapat menjadi ciri khas akun @info.perawang sehingga postingannya jadi terlihat lebih rapi dan menarik. Kemudian diharapkan juga kepada admin @info.perawang agar tetap menjaga konsistensinya dalam mengupload isu- isu sekitar daerah perawang.

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

- Adhiawarman, M. (2019). *Hoax Dan Hate Speech Di Dunia Maya*. Jakarta: Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia.
- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten Di Media Sosial. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160.
- Albarran, A. B. (2013). *The Social Media Industries*. New York: Routledge.
- Andela, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Oleh Cats And Ice Cream Cafe. *Doctoral Dissertation, Perpustakaan*.
- Anderson, K. E. (2016). Getting acquainted with social networks and apps: *Instagram's instant appeal*. *Library Hi Tech News*, 33(3), 11–15.
- Andriansyah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- Anggrean, R., & Wijoyo, T. A. (2024). INSPIRASI MENGINAP : Daya Tarik Media Sosial *Instagram* dalam Keputusan Tamu untuk Menginap di Aruss Hotel Semarang. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management, & Business*, 7(3), 634–645.
- Ardial. (2015). *PARADIGMA DAN MODEL PENELITIAN KOMUNIKASI*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ardayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tembusai: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 5(3), 8920–8928.
- Arsanti, M., & Setiana, L. N. (2020). Pudarnya Pesona Bahasa Indonesia di Media Sosial (Sebuah Kajian Sociolinguistik Penggunaan Bahasa Indonesia). *Lingua Franca: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 4(1), 1–12.
- Asmarani, A., & Della Shafira, S. (2023). Media Sosial *Instagram* Untuk Mendukung Eksistensi Diri @Sholahayub. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 512–530. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v4i1.1449>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Awaliyah, C., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Media Sosial Mempengaruhi Integrasi Bangsa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7869.

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

- Azizah, S. N. (2021). Metode Kisah dalam Meningkatkan Motivasi Belajar dan Kemampuan Bercerita pada Pembelajaran Sejarah Kebudayaan Islam di Madrasah Ibtidaiyah. *Al-Insiyroh: Jurnal Studi Keislaman*, 7(1), 88–114. <https://doi.org/10.35309/alinsyiroh.v7i1.4237>
- Badudu, J. sjarif. (1994). *Kamus umum bahasa indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Bela, N. A. (2024). Analisis Penjualan Produk Pempek Secara Online Melalui Instagram Dengan Pendekatan Riset Marketing. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 386–391.
- Birante, C. S., Wismanto, A., & Warkito, P. J. (2024). Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Pembelajaran Efektif Materi Berita Bagi Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8, 17523–17528.
- Cahya, N. N., Putriana, M., & Kholik, A. (2024). Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @Idx_Channel Dalam Menjangkau Khalayak Luas. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 6(1), 222–229.
- Cat, N. (2024). *Instagram Users In Indonesia May 2024*. Retrieved July 4, 2024, from Napoleon Cat website: <https://napoleoncat.com/stats/Instagram-users-in-indonesia/2024/05/>
- Davis, G. (1991). *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Desfiana, M. F. R., & Karsa, S. I. (2021). Hubungan Penggunaan Instagram Simamaung dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 23–29. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.66>
- Efendi, J., & Lutfianingsih, F. F. (2023). *Aspek Hukum Media Sosial: Perdata dan Pidana*. Jakarta: Prenada Media.
- Effendy, E., Siregar, E. A., Fitri, P. C., & Damanik, I. A. S. (2023). Mengenal Sistem Informasi Manajemen Dakwah (Pengertian Sistem, Karakteristik Sistem). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 4343–4349.
- Enterprise, J. (2012). *Instagram Untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Erliana, P., & Kojongian, F. T. (2024). Penjualan Produk Secara Global Dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 37–42. <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Erliawati, E., & Sinduwiatmo, K. (2024). Peran WhatsApp dalam Komunikasi Interpersonal Remaja Desa Soki. *Journal of Technology and System Information*, 1(3), 13. <https://doi.org/10.47134/jtsi.v1i3.2515>



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

- Fadillah, F., & Yulianita, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* sebagai Sarana Informasi Dinas Sumber Daya Air dan Bina Marga Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(2), 848–855. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v3i2.8994>
- Faulina, A., Chatra, E., & Sarmiati. (2021). Peran Buzzer dalam Proses Pembentukan Opini Publik di New Media. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 2806–2820.
- Gradiani, S. G. (2024). Literatur Review :Analisis Mengenai Facebook. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 3(01), 102–109.
- Gurroni, A., & Manaf, S. (2021). Pemanfaatan koleksi BI Corner di Perpustakaan Bait Al Hikmah IAIN Metro. *Dewantara: Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan*, 12(2), 231–247.
- Ham, F., Sherly, & Sudirman, A. (2020). *Marketing Dan Sosial Media*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Handika, I. D. S., & Sulistiawati, A. (2021). Penggunaan Dan Pemanfaatan Internet Untuk Pertanian Dan Peranannya Terhadap Tingkat The Uses And Utilization Of Internet For Agriculture And Their Role Of Rate. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 05(02), 233–255.
- Hanifuddin, I. M., & Cahyono, R. (2021). Hubungan antara Social Comparison dengan Self Esteem pada Alumni SMA/ sederajat Yang Menjalani Gap Year. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 1(1), 859–869. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i1.27032>
- Harshap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Harsono, B. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Harvey, K. (2014). Encyclopedia of Social Media and Politics. In *Encyclopedia of Social Media and Politics* (Vol. 1–3). United States: SAGE Publications.
- Haryanto, R., & Rahmi, A. (2019). Strategi Promosi Melalui Media Sosial *Instagram* Guna Menarik Generasi Milenial untuk Memilih Produk Tabungan Pada PT Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Selatan Cabang Paringin. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 213. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1109>
- Hassholan, V., Qurrata'aini, A., & Tanidi, G. B. (2021). Pengaruh Covid-19 Terhadap Penggunaan Media Sosial. *Journal of Development and Social Change*, 4(1), 34–53.


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

- Hasyanita, A. N., & Mayangsari, I. D. (2022). Analisa Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Eboni Watch. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6, 1096–1102.
- Irawan, P. (2006). *Penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia.
- Ismail, R. I., & Yuliana, N. (2023). Peranan Aplikasi *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Deskripsi Kualitatif Pada Akun *Instagram* @Disko_51 Di Kota Serang). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 874–886.
- Ivan Habibillah, S., Widi Utomo, I., & Intan Emeilia, R. (2023). Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Informasi Humas Asosiasi Museum Indonesia DKI Jakarta - Paramita Jaya. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 4(2), 43–50. <https://doi.org/10.31294/jpr.v4i2.2357>
- Izzah, N., Duku, S., & Harun Yahya, A. (2023). Efektivitas Penggunaan *Instagram* Dalam Membentuk Citra (Studi Pada Palembang Beatbox Family). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(1), 296.
- James, A. O. (2005). *Pengantar Sistem Teknologi Informasi Perspektif Bisnis dan Manajerial (Versi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jaya, I. M. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori Penerapan, Dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Quadrant.
- Jogiyanto. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Johana, K., Lestari, F. D., & Fauziah, D. N. (2020). Penggunaan Fitur *Instagram story* Sebagai Media Self Disclosure Dan Perilaku Keseharian Mahasiswi Public Relations Universitas Mercu Buana. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(3), 280–289. <https://doi.org/10.31933/jimt.v1i3.111>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *Social Media: Back To The Roots And Back To The Future*. Paris: ESCP Europe.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*. Cambridge: IGI Global.
- Laila, V. R., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma. *Journal of Management and Social Sciences (JMSS)*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.59031/jmss.v1i2.161>
- Macarthy, A. (2015). *500 Social Media Marketing Tips*. Wales: Andrew Macarthy.



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

- Malarani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang. *Jurnal E-Proceeding of Management*, 7(2), 4566–4574.
- Manalu, M. T. T., Sitanggang, R., Saragih, R. D., Yanti, N. D., Simangunsong, & Lumbantobing, R. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Edukasi Dan Bisnis Bagi Mahasiswa IAKN. *Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora*, 2(5), 276–288.
- Maruf, M. A., Utomo, M. W., Nurfizri, S., & Ardila, S. (2023). An Analysis of *Instagram* Live Performance for Health Promotion Strategy: a Case Study of @iakmitangsel. *Jurnal Semesta Sehat (J-Mestahat)*, 3(2), 46–53. <https://doi.org/10.58185/j-mestahat.v3i2.108>
- Mazzarello, M. D., Harefa, S. P., & Hellena, M. (2024). Pemanfaatan Facebook sebagai Media Interaksi Dikalangan Mahasiswa. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(7), 301–307.
- McCay-Peet, L., & Quan-Haase, A. (2016). *A Model of Social Media Engagement: User Profiles, Gratifications, and Experiences*. Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Meidiana, N., Toruan, R. R. M. L., Hamsinah, H., & Adhipoetra, R. (2022). Akun *Instagram* @humaskotabekasi Sebagai Sarana Layanan Informasi Publik Pemerintah Kota Bekasi. *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 119–132. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i2.2428>
- Miller, M. (2009). *Sams Teach Yourself YouTube in 10 Minutes* (SAMS, Ed.). United State of America.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muisith, M. A. (2022). *Pesan Politik di Media Sosial Twitter*. Jakarta: Jakad Media Publishing.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazar, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bhakti Indonesia.
- Nazar, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bhakti Indonesia.
- Novianti, E., Ruchiyat Nugraha, A., Komalasari, L., Komariah, K., Rejeki, S., & Padjadjaran, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Informasi Program Pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Al Munir*, 11(1), 48–59.
- Nurudin, Restiti, D., & Amalia, R. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap



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.

Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesian Standard (Qris). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 157–173. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i2.55.157-173>

Nurfadillah, Muhammad, A. (2021). Memenuhi Kebutuhan Informasi Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 21–39.

Nurudin. (2020). *Media Sosial Identitas, Transformasi dan Tantangannya*. Malang: Intelegensi Media.

Oliha, T. G., Margareta, C., Gabriella, K., & Siahaan, C. (2024). Pola Interaksi Pengguna Platform “ Anonymous ” Telegram Terhadap Perilaku Pelecehan Seksual. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(3), 689–698.

Permana, I. P. H., & Pratiwi, N. K. A. N. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online @deliciousbali. *JUSTBEST: Journal of Sustainable Business and Management*, 1(1), 12–18. <https://doi.org/10.52432/justbest.1.1.2021.12-18>

Perssela, R. P., Mahendra, R., & Rahmadiani, W. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)*, 2(3), 650–656. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>

Piede, Tinye Martins. (2024). Hasil Wawancara Penelitian

Pratama, I. P. A. E. (2020). *Social Media Dan Social Network*. Bandung: Informatika.

Pratiwi, A., & Madanacaragni, M. G. (2020). Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor (Studi Etnografi Virtual Pada Akun @cgmbogor_Fest). *Jurnal Audience*, 3(1), 117–145. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.3728>

Prayoga, A. N., & Primadani, B. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua Pada Akun @Vespasoy. *E-Proceeding of Management*, 8(3), 1–7.

Pribadi, J. D., Rohman, F., Suwarni, E., Pradana, K. R., & Lestanti, C. Q. R. O. (2019). *Sistem Informasi Agenda*. Surabaya: Jakad Media Publishing.

Punloadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Purwaha, I. B. G. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Menuju Masyarakat Cerdas Berpengetahuan. *Media Sains Informasi Dan Perpustakaan*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>



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

- Purwadarminta, W. J. S. (2002). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Balai Pustaka.
- Ramadhany, H. N. S., Sary, M. P., & Putri, M. L. (2023). Efektivitas Media Sosial *Instagram* @Tabu.Id Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Penyakit Menular Seksual Pada Mahasiswa. *Jurnal Education and Development*, 11(3), 39–44. <https://doi.org/10.37081/ed.v11i3.4928>
- Rani, S., Khoirunisa, Z., & Risiko Faristiana, A. (2023). Perubahan Sosial Dalam Perkembangan *Instagram* Di Kalangan Mahasiswa. *JISPENDIORA: Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan Dan Humaniora*, 2(2), 15–28.
- Romli, N. A., Lena, S. V. V., Tingga, C. P., & Sugiat, M. A. (2022). *Marketing 4.0: Konsep Dan Implementasinya*. Bandung: MEDIA SAINS INDONESIA.
- Ruslan, R. (2006). *Metode Penelitian: Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Salim, P., & Salim, Y. (2002). *Kamus Besar Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.
- Shafa, A., Jurusan, F., Niaga, A., Div, P., Pemasaran, M., Malang, P. N., ... Niaga, J. A. (2023). Perancangan Feed *Instagram* Sebagai Media Iklan Berbasis Aplikasi Canva Pada Kopi Probio+ Malang. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2). <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.371>
- Sinambela, B. K., & Zevi Ariska. (2023). Pengaruh Fitur *Instagram* Stories Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Survei Pada Remaja Di RW 09 Ciledug, Kelurahan Sudimara Tangerang). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 2(1), 8–18. <https://doi.org/10.59408/netnografi.v2i1.14>
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 02(01), 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Social, W. A. (2024). Digital 2024: Indonesia explores the country's evolving digital and social landscape. Retrieved July 4, 2024, from We Are Social website: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Solis, B. (2011). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. Germany: Wiley.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardiman, S., & Purwaningtias, F. (2021). Analisis Sentimen Masyarakat



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.

Terhadap Virus Corona Berdasarkan Opini Masyarakat Menggunakan Metode Naïve Bayes Classifier. *Jurnal Pengembangan Sistem Informasi Dan Informatika*, 1(4), 220–232. <https://doi.org/10.47747/jpsii.v1i4.551>

- Sulhanta, F. (2015). *Keajaiban Sosial Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Susanto, A. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya.
- Sushawaty, F. T., Wardanhi, S. S., Sudirman, F. A., & Halika, L. O. H. (2022). Persuasi Fitur *Instagram* : Stay on Screen. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(1), 107. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v7i1.22539>
- Suyendra, W. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bandung: Nila Cakra.
- Syahputra, I. (2019). *Media Relations: Teori, Strategi, dan Intelijen*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.
- Utami, N. F., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* sebagai Media Informasi. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i2.3334>
- W.J.S, P. (2002). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT. Balai pustaka.
- We Are Social. (2024). DIGITAL 2024: 5 BILLION SOCIAL MEDIA USERS. Retrieved July 7, 2024, from We Are Social website: <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Widham Jaya Suprana. (2023). Lisensi Hak Cipta dan Perlindungan Hukum Hak Cipta Atas Konten Fotografi dan Potret Dalam Penggunaan *Instagram*. *Binamulia Hukum*, 9(2), 183–196. <https://doi.org/10.37893/jbh.v9i2.372>
- Wuher, F. C., & Mulyanti, D. (2023). Analisis Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Layanan Informasi Publik Di Pemerintah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 37–45.
- Wyne, C., & Peter, T. (1995). On The Use Usefullness,Ease Of Use Of Structural Equation Modeling In MIS Research : A Note Of Caution. *Journal of Management Information System Quarterly*, Vol 9 No.5, 3.
- Yustia, V., Utomo, I. W., & Emelia, R. I. (2023). Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Sarana Informasi Publik Humas Badan Kebijakan Transportasi Kementerian Perhubungan. *Jurnal Pariwisata*, 3(1), 45–51.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

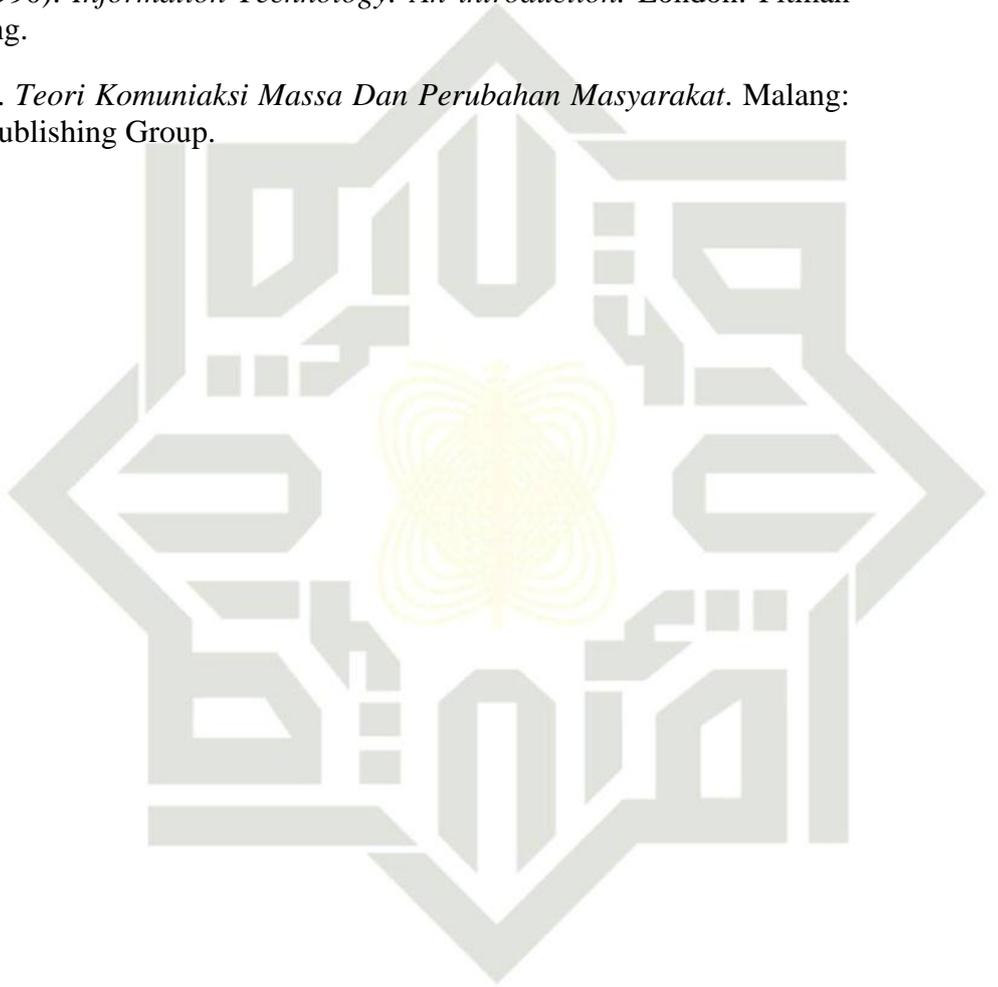
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2, 1–8.

Zahara, B. A. (2022). Implementasi Sistem Informasi Manajemen Persediaan Obat Pada Apotek Alfarizi. *Jurnal Teknologi Terkini*, 2(11), 1–15.

Zorkoczy, P. (1990). *Information Technology: An introduction*. London: Pitman Publishing.

Zuhri, S. (2020). *Teori Komuniaksi Massa Dan Perubahan Masyarakat*. Malang: Intrans Publishing Group.



LAMPIRAN DOKUMENTASI



Gambar 1. Wawancara dengan Imam Rossidin selaku admin akun *Instagram* @info.perawang



Gambar 2. Wawancara dengan Tinye Martins Piede selaku follower akun *Instagram* @info.perawang

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 3. Wawancara dengan Maria Meilani Simangunsong selaku follower akun *Instagram* @info.perawang



Gambar 4. Wawancara dengan Tony Wijaya selaku follower akun *Instagram* @info.perawang



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

A. Daftar Pertanyaan untuk admin akun *Instagram* @info.perawang:

1. Apa alasan anda membuat akun *Instagram* @info.perawang?
2. Apa visi misi dari akun *Instagram* @info.perawang?
3. Apa jenis konten atau kategori informasi yang biasa disajikan pada akun @info.perawang?
4. Bagaimana pemilihan kata atau penggunaan bahasa yang dilakukan saat membagikan informasi dan menuliskan *caption* pada akun @info.perawang?
5. Apakah ada tantangan atau kesulitan khusus dalam menciptakan konten yang relevan dan bermanfaat bagi pengikut akun @info.perawang di *Instagram*?
6. Bagaimana frekuensi postingan pada akun *Instagram* @info.perawang?
7. Bagaimana insight pengikut pada akun *Instagram* @info.perawang?
8. Bagaimana akun @info.perawang menjalin komunikasi dengan para *followers*?
9. Apakah akun *Instagram* @info.perawang melakukan kolaborasi atau kerja sama sesama akun *Instagram* yang lain?
10. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk menjaga dan memelihara koneksi yang sudah terjalin dengan *followers* @info.perawang?
11. Apakah terdapat feedback dari masyarakat melalui *like*, komen dan *share* pada setiap postingan?

B. Daftar pertanyaan untuk follower/ pengikut akun @info.perawang:

- Apakah anda mengikuti *Instagram* @info.perawang dan sudah berapa lama anda mengikutinya?
- Mengapa anda memilih untuk mengikuti akun @info.perawang?
- Menurut anda apa yang membuat akun *Instagram* @info.perawang ini menarik di mata pengikutnya?
- Bagaimana pendapat anda tentang pemanfaatan media sosial *Instagram* @info.perawang sebagai sarana informasi masyarakat perawang?
- Apakah anda merasa konten yang disampaikan oleh akun @info.perawang relevan dan bermanfaat bagi masyarakat perawang?
- Apa jenis konten yang biasanya disampaikan oleh akun @info.perawang di *Instagram*?
- Apakah anda pernah berkomunikasi dengan akun @info.perawang? bagaimana tangapannya?
- Bagaimana menurut anda interaksi antara admin akun @info.perawang dengan pengikutnya di *Instagram*? Apakah ada respons yang cepat dan baik?

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.

Apakah anda pernah menggunakan akun @info.perawang di *Instagram* sebagai sumber informasi untuk kegiatan seperti event, promosi, atau pengumuman penting?

0 Apakah anda pernah berpartisipasi dalam kontes atau kegiatan lain yang diinformasikan oleh akun @info.perawang di *Instagram*?

1 Apakah anda memiliki saran atau rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut akun @info.perawang di *Instagram* agar dapat lebih efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat perawang?

2 Apakah anda merasa akun @info.perawang di *Instagram* membantu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam isu-isu penting di perawang?

3 Apakah anda pernah memberikan *like*, *comment*, dan *share* pada postingan @info.perawang?

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.

