

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada perkembangan zaman yang pesat, teknologi telah menjadi peran sebagai penggerak utama khususnya perubahan dalam beragam aspek kehidupan manusia. Fenomena ini tidak terbatas pada ranah kemajuan dalam komunikasi saja, namun juga melibatkan sektor-sektor penting seperti pendidikan, industri, dan layanan kesehatan. Sejak revolusi industri hingga hadirnya era digital, peran teknologi terus berkembang dan mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, dan mengakses informasi. Inovasi teknologi yang ada telah memungkinkan sistem komunikasi yang lebih cepat, akses informasi yang luas, serta peningkatan efisiensi dalam berbagai aktifitas. Dari kehadiran komputer pribadi hingga internet dan kecerdasan buatan, setiap inovasi membuka ruang baru bagi perkembangan, sekaligus menuntut kemampuan adaptasi yang semakin tinggi.

Berdasarkan data survei Dewan Pers tahun 2021 mencatat bahwa Indonesia memiliki 1.700 media daring yang telah terverifikasi oleh Dewan Pers. Berbagai macam jenis konten dan atribut (ciri khas) semakin bermunculan. Hal ini menunjukkan bahwa banyak orang di Indonesia yang memanfaatkan internet. Melalui jaringan internet dan perangkat seperti laptop serta gadget, media daring memiliki fungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan. Jurnalisme baru merupakan teknik liputan dan penulisan yang menjadi genre baru dalam dunia kewartawanan. Selain terdapat

perubahan dari sisi penulisan, sisi media juga terdapat pergeseran yang mengarah ke media internet, media online (Suherdiana, 2020).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga mencatat bahwa pada tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 orang dari total populasi penduduk sebesar 278.696.200 pada tahun 2023. Berdasarkan survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang bersumber dari APJII, tingkat penetrasi internet telah mencapai 79,5 persen. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 1,4 persen dibandingkan periode sebelumnya. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat kini lebih memilih mengakses informasi melalui media daring dibandingkan media cetak. Kehadiran platform digital telah menghadirkan beragam alternatif bagi publik dalam memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan publik. Hal ini juga berlaku bagi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung angkatan 2020 yang merupakan bagian dari Generasi Z. Mereka cenderung mencari informasi yang cepat, aktual, dan relevan, serta disajikan secara ringkas seperti yang umum ditemukan pada berita-berita di media sosial.

Media sosial menjadi tempat khalayak untuk saling berbagi gagasan, pendapat, dan opini serta menjadi ruang diskusi dan menjalin sebuah hubungan yang berupa aplikasi teknologi berbasis online. Sumber ilmu pengetahuan dan hiburan yang beragam hingga berbelanja kebutuhan kini bisa dilakukan di internet sehingga menjadikan banyak penduduk dunia yang kecanduan berselancar di internet. Anak-anak, remaja, hingga mahasiswa kini aktif menggunakan internet. Khususnya di kalangan mahasiswa, penggunaan media sosial telah menjadi

bagian dari aktivitas sehari-hari. Mahasiswa rela menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengakses berbagai platform media sosial, baik untuk mendukung proses pembelajaran, mencari referensi akademik, membangun jaringan profesional, maupun untuk sekadar mencari hiburan. Intensitas penggunaan yang tinggi ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membentuk pola pikir, perilaku, dan cara berinteraksi generasi muda saat ini.

Sebagai bagian dari generasi digital, mahasiswa cenderung menjadikan Instagram sebagai media utama dalam mengakses informasi, mengikuti isu terkini, serta membangun identitas personal dan profesional secara visual. Berbeda dengan Facebook yang banyak digunakan oleh kalangan usia dewasa dan orang tua terutama mereka yang berusia 30 tahun ke atas hingga lansia. Penggunaan Facebook di kalangan remaja dan Gen Z cenderung menurun karena mereka lebih memilih platform yang bersifat visual dan cepat seperti Instagram. Oleh karena itu, alasan inilah yang mendorong peneliti untuk membahas media sosial Instagram dalam penelitian skripsi ini.

Brand Development Lead Instagram APAC Paul Webster, menyebutkan bahwa aplikasi Instagram telah mencapai lebih dari 400 juta pengguna aktif di seluruh dunia sejak diluncurkan pada tahun 2010. Di Indonesia, negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak, sekitar 89 persen pengguna yang berusia 18-34 tahun mengakses platform Instagram setidaknya sekali dalam seminggu. Mayoritas pengguna Instagram adalah anak muda yang terdidik dan mapan, dengan 59 persen berusia antara 18-24 tahun, 30 persen berusia 25-34 tahun, dan 11 persen berusia 35-44 tahun. Selain itu, pengguna perempuan aktif lebih

banyak, mencapai 63 persen, sementara laki-laki 37 persen (Prihatiningsih, 2017, p. 52). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer di kalangan anak muda. Tingginya tingkat penggunaan Instagram di Indonesia, ditambah dengan dominasi pengguna dari kalangan terdidik dan mapan, menjadikan platform ini relevan untuk dikaji lebih lanjut, terutama dalam konteks bagaimana mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memanfaatkan Instagram sebagai sumber informasi.

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang sangat populer di kalangan khalayak saat ini. Instagram adalah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto atau video, menggunakan filter, melakukan pengeditan, lalu membagikannya ke berbagai jejaring sosial. Fungsi Instagram juga menciptakan ruang bagi terbentuknya komunitas virtual yang terbentuk secara sadar oleh individu, tanpa dibatasi ruang dan waktu. Kepopuleran Instagram memberikan pengaruh kepada masyarakat, terutama sekarang orang-orang cenderung narsis dan berbagi beragam hal yang mereka miliki dan alami. Kesuksesan Instagram membuat smartphone kini memiliki fitur-fitur canggih tidak hanya *Feeds*, namun *Stories*, IGTV, dan *Reels*, yang dapat memperluas jenis konten yang dibagikan. Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat segala hal menjadi lebih mudah, misalnya mengabadikan momen-momen penting dan langsung mengunggahnya ke Instagram.

Akun Instagram @ussfeeds adalah salah satu akun media *online* yang populer di kalangan mahasiswa. Hal ini dibuktikan dari jumlah pengikut akun @ussfeeds yang signifikan. Akun ini juga mengunggah beragam postingan atau konten setiap

harinya, dengan informasi yang ringkas dan mudah dipahami, bernilai. Hal ini ditandai dengan centang biru dari akun @ussfeeds. Sehingga @ussfeeds menjadi objek penelitian yang menarik. Adapun akun yang serupa dengan @ussfeeds, yaitu akun @folkative, memiliki 6,7 juta pengikut dengan beragam unggahan setiap harinya. Namun peneliti memilih akun Instagram @ussfeeds sebagai objek penelitian didasarkan pada sejumlah pertimbangan yang menunjukkan keunggulan dan relevansi akun tersebut dengan fokus kajian, khususnya dalam konteks persepsi mahasiswa mengenai media sosial sebagai sumber informasi. Dibandingkan dengan @folkative, akun @ussfeeds menampilkan konten yang lebih variatif dan ringan, dengan pendekatan visual yang menarik dan gaya bahasa yang santai namun tetap informatif. Ini membuatnya lebih *relatable* bagi mahasiswa, sehingga lebih berpotensi membentuk persepsi mereka terhadap informasi yang dikonsumsi sehari-hari di media sosial. Akun @ussfeeds juga belum banyak dikaji secara akademik, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian media baru khususnya dalam melihat bagaimana mahasiswa memaknai peran akun media sosial sebagai sumber informasi yang kredibel di tengah banyaknya informasi dengan sumber yang tidak jelas.

Dengan jumlah pengikut yang banyak yakni mencapai mencapai 1,9 juta dan 14.000 postingan (per 12 Oktober 2024), akun @ussfeeds yang memiliki respon positif dari para pengikutnya dan secara rutin mengunggah konten setiap harinya. Akun ini memiliki bio Instagram “*Your Daily Intake of Everything Trending*” yang memiliki arti asupan harian dari segala sesuatu yang sedang tren. Ciri khas

dari akun ini terletak pada tampilan unggahannya yang menggunakan desain feeds dengan perpaduan warna hitam, kuning, dan putih. Setiap unggahan dilengkapi dengan foto atau video serta keterangan yang menjelaskan isi konten sehingga memudahkan audiens dalam memahami informasi yang disampaikan. Selain itu, ussfeeds juga menyajikan informasi terkait brand lokal Indonesia yang sedang populer, di kalangan mahasiswa, khususnya pada mahasiswa Program Studi Jurnalistik UIN Bandung, dan hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengikutnya.

Didirikan pada tahun 2019 oleh Jeffry Jouw yang dikenal sebagai CMO (*Chief Marketing Officer*), @ussfeeds menjadi bagian dari *USS Network*. Akun ini menjadi sebuah platform media sosial yang bergerak di bawah naungan USS Network dan berfokus pada penyampaian informasi tentang berita tentang lifestyle, nasional dan internasional serta merek lokal Indonesia. USS Network merupakan perusahaan pembuatan konten yang khusus bergerak dalam gaya hidup dan berfokus pada budaya anak muda. Selain berita, akun Instagram @ussfeeds menyajikan konten terkait tren mode terkini secara konsisten. Akun Instagram @ussfeeds menjadi salah satu sumber informasi dengan menyuguhkan informasi secara sederhana yang mudah diterima oleh para pengguna media sosial Instagram, khususnya pada generasi muda di era serba canggih.

Bagi mahasiswa khususnya di jurusan Jurnalistik di UIN Bandung dapat memperoleh wawasan penting dengan memahami bagaimana media sosial terutama Instagram mempengaruhi cara mereka mengakses dan menerima informasi. Sebagai calon jurnalis di ranah media massa, pemahaman mereka

tentang fungsi dan efek media sosial dalam membentuk opini publik, serta dampaknya terhadap profesi jurnalistik, merupakan hal penting yang perlu diketahui.

Relevansi antara penelitian ini dan mahasiswa jurnalistik yaitu di zaman yang semakin canggih ini mahasiswa jurnalistik harus memahami bagaimana audiens menilai kredibilitas sumber informasi dan preferensi konsumsi informasi generasi muda dari media sosial sehingga bisa menghasilkan konten yang menarik dan informatif sesuai dengan kebutuhan audiens dan mahasiswa jurnalistik dapat menerapkannya dalam karya jurnalistik mereka. Mahasiswa jurnalistik dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk memahami lanskap media yang terus berubah. Dengan topik ini, mahasiswa tidak hanya berkesempatan untuk mengeksplorasi peran media sosial sebagai sumber informasi, namun juga memperluas wawasan tentang dinamika media digital dengan audiens.

Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan akun Instagram @ussfeeds sebagai sarana penyampaian informasi serta mengevaluasi sejauh mana akun tersebut efektif bagi para pengikutnya. Tujuannya yaitu untuk mengidentifikasi bagaimana konten yang disajikan menjadi salah satu referensi dalam tren-tren terbaru, sekaligus menarik perhatian khalayak, terutama mahasiswa jurusan Jurnalistik angkatan 2020. Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini diberi judul “Persepsi Mahasiswa Mengenai Media Instagram @ussfeeds Sebagai Sumber Informasi: Studi Deskriptif pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2020 UIN Bandung”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi. Penelitian dilakukan pada mahasiswa jurusan Jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini memiliki beberapa pertanyaan, yaitu :

1. Bagaimana seleksi mahasiswa Jurnalistik angkatan 2020 mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi?
2. Bagaimana organisasi/pemilahan mahasiswa Jurnalistik angkatan 2020 mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi?
3. Bagaimana interpretasi mahasiswa Jurnalistik angkatan 2020 mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah diuraikan, maka tujuan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui seleksi mahasiswa Jurnalistik angkatan 2020 mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi.
2. Mengetahui organisasi/pemilahan mahasiswa Jurnalistik angkatan 2020 mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi.
3. Mengetahui interpretasi mahasiswa Jurnalistik angkatan 2020 mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Secara Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi yang bagi literatur akademik khususnya dalam bidang jurnalisme dan media sosial. Melalui penelitian ini, pemahaman terhadap proses konstruksi dan penerimaan informasi di platform Instagram, dapat diperluas. Sehingga penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai dinamika penyebaran berita di era digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai contoh penerapan metode analisis kualitatif, yang berguna untuk menggali secara lebih mendalam bagaimana mahasiswa merespons berita dan informasi dalam konteks media sosial yang ters berinovasi.

Dengan pemahaman literasi yang lebih mendalam, diharapkan mahasiswa mampu bersikap lebih kritis dan bijaksana dalam menilai, memahami, serta mengevaluasi berbagai informasi yang beredar di media sosial. Mengingat pengaruh besar media sosial dalam membentuk opini publik dan menyebarkan informasi, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk mendorong peningkatan literasi media, khususnya di kalangan mahasiswa jurusan Jurnalistik. Penelitian ini juga membuka ruang untuk kajian lanjutan yang lebih spesifik, baik dalam konteks penerimaan informasi di platform digital maupun dalam cakupan responden yang lebih luas. Oleh karena itu, temuan dalam studi ini tidak hanya memperkaya literatur yang sudah ada, tetapi juga menjadi landasan bagi pengembangan riset yang lebih mendalam dan komprehensif di masa mendatang.

2. Kegunaan Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan perspektif yang lebih mendalam terkait dampak penyebaran informasi melalui Instagram terhadap cara mahasiswa Jurnalistik memahami dan menerima informasi. Penelitian ini diharapkan sebagai rekomendasi yang bermanfaat bagi mahasiswa Jurnalistik dalam mengembangkan kemampuan mereka dalam menyerap informasi melalui media sosial, khususnya Instagram. Lebih jauh, penelitian ini juga memperkaya pemahaman mengenai pola pikir serta perilaku mahasiswa dalam mencari dan memilih sumber informasi digital, dengan fokus pada akun Instagram @ussfeeds sebagai objek kajian.

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi para pengguna Instagram, terutama mahasiswa, dalam mengenali dan memilih sumber informasi yang kredibel. Seiring meningkatnya kemampuan mahasiswa dalam menilai keakuratan dan keandalan konten yang mahasiswa konsumsi, hasil penelitian ini juga berpotensi mendorong peningkatan kualitas karya jurnalistik mereka di masa depan.

E. Hasil Penelitian Relevan

Pertama, Muhammad Asraf Fathin Ariadi, 2023 dengan judul **“Penggunaan Instagram Folkative Sebagai Media Informasi”**. Tujuan penelitian ini adalah mencari tau tingkah laku pengguna Instagram sekaligus pemikiran yang relevan mengenai bagaimana penyikapan para pengikut akun folkative mengenai unsur-unsur seperti menginformasikan (to inform), mendidik (to educate), mempengaruhi (to influence), dan menghibur (to entertain). Akhirnya

memberikan dampak yang tidak diragukan lagi di dunia sosial sehingga menghasilkan kredibilitas, ketertarikan, kesinambungan, keberagaman, keikutsertaan dan keakuratan dari suatu nilai informasi pada akun Instagram Folkative. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif interpretatif. Teori yang digunakan adalah teori New Media yang meliputi menginformasikan (to inform), mendidik (to educate), mempengaruhi (to influence), dan menghibur (to entertain).

Kedua, Marlina, 2020 dengan judul **“Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Jurnalisme Sastrawi di Majalah Tempo”**. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penyajian kredibilitas dan teknik kepenulisan berita jurnalisme sastrawi yang diterapkan di Tempo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini bahwa kredibilitas berita jurnalisme sastrawi yang diterapkan oleh Tempo agar mempertahankan pembacanya adalah 1) Accuracy, kesesuaian isi berita judul, lead, dan isi berita. 2) Believanility, kepercayaan terkait penulisan berita secara faktual. 3) Bias, terkait objektif berita tidak memihak dengan pihak tertentu. 4) Completeness, kelengkapan unsur berita.

Ketiga, Fakhirah Jinan Ats Sanny, 2023 dengan judul **“Pengemasan Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @ussfeeds)”**, Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengemasan konten media sosial sebagai media informasi pada akun Instagram @ussfeeds. Penelitian ini menggunakan teori model New Media Pierre Levy dengan metode kualitatif deksriptif dan dasar penelitian analisis isi. Hasil

penelitian ini menunjukkan akun @ussfeeds memanfaatkan Instagram sebagai media informasi budaya pop, selalu up to date, dan relatable. Pengemasan pesan di media sosial ini sesuai dengan teori New Media, dimana media informasi tidak hanya ada di media cetak dan web, namun tersedia juga di platform media sosial.

Keempat, Amira Fatimatuz Zahra, 2024 dengan judul **“Tingkat Kepercayaan Khalayak Atas Berita Lifestyle Di Media Sosial Instagram “USSFeeds” (Survey Kuantitatif Deskriptif Tingkat Kepercayaan Khalayak Followers Instagram USSFeeds)”**. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepercayaan khalayak atas berita dari media non-mainstream USSFeeds di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian ini secara penilaian jurnalistik adalah sebagian besar responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi karena informasi yang diberikan oleh Instagram USSFeeds dapat ditangkap dengan mudah oleh khalayaknya.

Kelima, Ahmad Suhaemi, 2022, dengan judul **“Persepsi Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Pada Akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi”**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sensasi, atensi dan interpretasi pengguna media sosial Instagram pada akun instagram Folkative sebagai media informasi. Hasil dari penelitian ini adalah mahasiswa sangat terbantu untuk mendapatkan informasi yang mudah dimengerti karena dikemas secara singkat.

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Muhammad Asraf Fathin Ariadi Skripsi Universitas Nasional (2023) Penggunaan Instagram Folkative Sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif Kualitatif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Pada Akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi).	Hasil penelitian menunjukkan bagaimana pemanfaatan teknologi yang ada, menghasilkan sebuah karya berupa Instagram yang sudah tidak bisa diragukan lagi dampaknya dalam dunia media sosial serta era digitalisasi seperti saat ini. Dari Instagram yang diketahui lahirnya akun Folkative sebagai perwujudan terbentuknya pemikiran yang maju sebagai masyarakat era modernisasi.	Persamaan penelitian Asraf dengan penelitian saat ini mencari tahu seberapa jauh efektivitas dari Instagram sebagai media informasi dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Perbedaannya adalah dalam penelitian Asraf objek kajiannya adalah akun Folkative sedangkan penelitian saat ini objek kajiannya adalah akun @ussfeeds. Dan teori yang digunakan Asraf Teori <i>New Media</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan Teori Persepsi.

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
2.	Marlina Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (2020) Persepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Jurnalisme Sastrawi di Majalah Tempo.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas berita jurnalisme sastrawi yang diterapkan oleh Tempo agar mempertahankan pembacanya adalah 1) <i>Accuracy</i> , kesesuaian isi berita judul, lead, dan isi berita. 2) <i>Believanility</i> , kepercayaan terkait penulisan berita secara faktual. 3) Bias, terkait objektif berita tidak memihak dengan pihak tertentu. 4) <i>Completeness</i> , kelengkapan unsur berita.	Persamaan penelitian Marlina dengan penelitian saat ini adalah menjadikan persepsi mahasiswa sebagai subjek penelitian dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dan juga menggunakan metode analisis data Miles dan Huberman.	Perbedaannya adalah dalam penelitian Marlina, Majalah Tempo sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian ini menjadikan akun Instagram @ussfeeds sebagai objek yang diteliti. Penelitian Marlina bertujuan untuk mengetahui penyajian kredibilitas dan teknis kepenulisan, sedangkan penelitian ini hanya untuk mengetahui kredibilitas @ussfeeds sebagai sumber informasi.

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
3.	Fakhirah Jinan Ats Sanny Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang (2023) Pengemasan Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi (Analisis Isi Kualitatif pada Akun @ussfeeds)	Hasil penelitian ini menunjukkan akun @ussfeeds memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media informasi budaya pop, selalu <i>up to date</i> , dan <i>relatable</i> . Konten yang dimiliki oleh @ussfeeds tersebut menerapkan 6 konsep utama Made to Stick dalam pengemasan konten @ussfeeds. Pengemasan pesan di media sosial ini sesuai dengan teori <i>New Media</i> , dimana media informasi tidak hanya ada di media cetak dan web, namun tersedia juga di platform media sosial.	Persamaan penelitian Fakhirah dengan penelitian ini adalah menjadikan akun Instagram @ussfeeds sebagai objek penelitian. Dan juga penelitian Fakhirah dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.	Perbedaannya adalah penelitian Fakhirah berfokus pada pengemasan dan analisis isi konten @ussfeeds sebagai media informasi sedangkan penelitian ini berfokus pada persepsi mahasiswa terhadap akun @ussfeeds sebagai sumber informasi.

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
4.	<p>Amira Fatimatuz Zahra, Henny Sri, Ika Merdekawati</p> <p>Jurnal Goverance : Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan (2024)</p> <p>Tingkat Kepercayaan Khalayak Atas Berita Lifestyle Di Media Sosial Instagram “USSFeeds” (Survey Kuantitatif Deskriptif Tingkat Kepercayaan Khalayak Followers Instagram USSFeeds,</p>	<p>Hasil penelitian ini secara selektivitas topik berita, khalayak mengandalkan akun @ussfeeds untuk mendapatkan informasi tentang lifestyle. Secara penggambaran, didapatkan hasil bahwa sebagian besar responden tidak setuju jika informasi @ussfeeds memiliki penggambaran yang akurat dalam penyebaran informasinya. Secara penilaian jurnalistik didapatkan hasil bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi karena informasi yang diberikan.</p>	<p>Persamaan penelitian Amira dengan penelitian ini adalah menjadikan akun Instagram @ussfeeds sebagai objek penelitian. Kesamaan lainnya berasal dari akar permasalahan maraknya media online yang menyebarkan informasi dengan menggunakan caption yang cukup singkat melalui media sosial.</p>	<p>Perbedaannya adalah penelitian Amira menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Perbedaan lainnya adalah penelitian Amira dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan khalayak atas berita dari media @ussfeeds di Instagram. Sedangkan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap akun @ussfeeds sebagai sumber informasi.</p>

NO	NAMA DAN JUDUL PENELITIAN	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
5.	Ahmad Suhaemi Skripsi FISIP Unpas (2022) “Persepsi Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Pada Akun Instagram Folkative Sebagai Media Informasi”,	Hasil dari penelitian ini adalah mahasiswa FISIP Universitas Pasundan sangat terbantu untuk mendapatkan informasi, Atensi yang didapatkan adalah mahasiswa menilai dengan cara penyampaian informasi yang dikemas simple memudahkan untuk mengonsumsi berbagai informasi dari Folkative. Interpretasi mahasiswa yaitu melakukan aktifitas seperti like, save, komen. Dan melakukan validasi dan kredibilitas dari informasi yang didapatkan.	Persamaan penelitian Ahmad dengan penelitian ini adalah menjadikan persepsi mahasiswa. Dan kesamaan lainnya adalah menggunakan studi deskriptif kualitatif dengan memperoleh data melalui kegiatan wawancara dan observasi.	Perbedaannya adalah penelitian Mustika membahas media Instagram @folkative sedangkan penelitian ini membahas media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi. Teori yang digunakan oleh penelitian Ahmad adalah teori persepsi dari Sereno, Bodaken, Pearson, dan Nelson. Sedangkan penelitian ini menggunakan teori persepsi dari Bimo Walgito.

Sumber : Modifikasi Peneliti (2025)

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Persepsi merupakan proses internal yang memungkinkan seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan, sehingga dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Persepsi adalah suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas untuk merasakan atau disebut juga penyebab keadaan emosi yang menyenangkan. Sensasi dapat diartikan sebagai tanggapan yang cepat dari panca indra penerima kita dari stimuli dasar seperti warna, suara, dan cahaya. Persepsi akan timbul dengan adanya stimuli itu.

Agar lebih memahami persepsi, berikut adalah beberapa definisi lain dari persepsi:

a. Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken:

Persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita.

b. Brian Fellows:

Persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi.

c. Joseph A. De Vito:

Persepsi adalah proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita.

d. Bimo Walgito

Persepsi adalah suatu proses yang diterima oleh individu melalui pancaindra, yang kemudian diorganisasikan dan diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan memahami apa yang diterimanya.

Persepsi merupakan proses dimana seseorang bisa memilih, mengatur, dan menerjemahkan suatu informasi yang masuk untuk menciptakan suatu gambaran dunia yang berarti. Persepsi tidak semata-mata ditentukan oleh rangsangan fisik, melainkan juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar serta kondisi internal individu. Sebagai contoh, seseorang mungkin memandang mahasiswa berambut panjang sebagai seorang seniman, sementara orang lain bisa saja melihatnya sebagai mahasiswa yang sedang mencoba gaya rambut baru. Setiap individu memiliki cara pandang dan respon berbeda terhadap hal yang sama, tergantung pada pengalaman, latar belakang, dan sudut pandang masing-masing.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka disimpulkan bahwa persepsi adalah proses individu untuk mengenali suatu objek terhadap rangsangan yang diterimanya melalui alat indranya, sehingga individu bisa menyimpulkan dan menafsirkan rangsangan yang diterima. Persepsi merupakan inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak tepat, maka tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsi menentukan individu untuk memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antarindividu, semakin mudah dan semakin sering juga mereka berkomunikasi, sehingga konsekuensinya adalah semakin cenderung untuk membentuk kelompok budaya maupun kelompok identitas. (Mulyana, 2017 : 180).

Adapun tahapan-tahapan persepsi menurut Walgito yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi. Seleksi adalah ketika seseorang menangkap dan memilih stimulus berdasarkan set psikologis yang dimilikinya, maka proses seleksi terjadi. Set psikologis merupakan kumpulan berbagai informasi yang ada dalam ingatan seseorang. Sebelum seleksi persepsi terjadi, stimulus harus menarik perhatian seseorang. Maka dua proses yang mendefinisikan seleksi adalah perhatian dan persepsi selektif. Dalam situasi tertentu orang memusatkan perhatiannya pada apa yang dianggap penting dan cenderung tidak peduli dengan hal lain yang berada di sekitar objek.

Organisasi artinya mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pemahaman yang lebih baik sehingga orang dapat memahami dan bertindak sesuai dengan pemahaman itu. Seseorang mengorganisasi suatu pesan dengan cara yang berbeda dan pesan yang didapat harus dipahaminya. Setelah menyeleksi pesan, seseorang dapat menyusunnya dalam berbagai macam kategori. Prinsip dasar dari organisasi perseptual penyatuan yaitu bahwa beragam stimulus akan dianggap sebagai informasi yang dikelompokkan secara menyeluruh. Penutupan, pengelompokkan, dan konteks adalah prinsip penting dalam integrasi persepsi.

Interpretasi atau pemberian interpretasi atas stimuli yang diterima adalah proses terakhir dari persepsi. Interpretasi ini didasarkan pada pengalaman penggunaan sebelumnya, yang disimpan dalam memori jangka panjang. Proses ini menjelaskan persepsi yang merupakan proses subjektif untuk menetapkan makna

pada suatu objek. Dalam mengartikan suatu makna, maka seseorang merancang penjelasan dari apa yang seseorang katakan dan lakukan. (Wood 2006:45).

Peneliti memilih teori persepsi yang dikemukakan oleh Walgito karena dianggap memiliki relevansi yang kuat dengan fokus penelitian ini. Teori tersebut menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang melibatkan tahapan seleksi, organisasi, dan interpretasi terhadap stimulus yang diterima individu. Tahapan inilah yang kemudian dijadikan sebagai dasar dalam menganalisis bagaimana subjek penelitian membentuk persepsinya terhadap objek yang diteliti, khususnya untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung menilai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi yang aktual dan terpercaya dilihat dari sudut pandang mereka. sehingga diharapkan dapat memberikan jawaban yang menyeluruh terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini.

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual untuk persepsi mahasiswa terhadap dampak media sosial sebagai sumber informasi, khususnya melalui studi kasus media daring Instagram @ussfeeds dalam pandangan mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung, dijelaskan sebagai berikut:

a. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video secara online. Aplikasi ini diciptakan pada tahun 2010 oleh dua orang programmer mahir yang berasal dari Amerika Serikat yaitu Kevin

Systrom dan Mike Krieger. Instagram berasal dari dua kata yaitu “insta” berasal dari kata “instan” bagai kamera polaroid yang pada masanya disebut foto instan, Instagram juga dapat memperlihatkan foto secara instan, dan “gram” berasal dari kata “telegram” yakni telegram terkenal dengan cara kerjanya yang sangat cepat untuk mengirimkan informasi kepada orang lain, juga Instagram dapat mengunggah foto maupun video secara cepat dengan jaringan internet, sehingga informasi dapat diterima orang lain dengan cepat dan aktual (Saputra, 2022).

Kini aplikasi Instagram memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi, terutama saat ini banyak mahasiswa aktif menggunakan media sosial. Instagram dapat menyebarkan berita dan informasi kepada masyarakat luas karena memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi secara visual dan langsung serta kemampuan membangun perspektif dan mempengaruhi persepsi khalayak.

b. Mahasiswa

Mahasiswa adalah individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai mempunyai tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan saat bertindak. Mahasiswa seringkali memiliki ciri khas yang melekat yaitu sifat berpikir kritis dan bertindak cepat dan tepat yang menjadi prinsip yang saling melengkapi (Siswoyo, 2007).

Sebagai bagian dari akademik, mahasiswa memiliki tanggung jawab utama untuk menjalankan kegiatan pembelajaran, seperti mengerjakan tugas, membaca literatur, menyusun makalah, melakukan presentasi, mengikuti diskusi,

menghadiri seminar, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas lain yang mencerminkan budaya kampus. Di luar tanggung jawab akademik, terdapat peran yaitu sebagai perubah dan pengontrol sosial dalam masyarakat. Peran ini menempatkan mahasiswa sebagai sosok yang diharapkan mampu berkontribusi dalam menyelesaikan berbagai persoalan bangsa, sekaligus menjadi representasi harapan masa depan yang berkomitmen terhadap kemajuan negara.

Mahasiswa memiliki keterkaitan dengan media sosial terutama Instagram. Instagram tidak hanya digunakan oleh mahasiswa untuk berkomunikasi dan bersosialisasi, namun sebagai sumber informasi, platform belajar, serta sarana untuk mengembangkan diri. Mahasiswa mendapatkan berbagai berita terkini, pengetahuan, tren terkini, hingga kebebasan beropini. Sehingga mahasiswa bisa mencerminkan minat, nilai, dan identitas melalui media sosial.

c. Dampak Media Sosial

Media sosial sering menciptakan filter bubble, di mana penggunaanya hanya terpapar pada informasi, opini, dan pandangan yang sejalan dengan kepercayaan pribadi mereka. Hal ini diperkuat oleh algoritma yang secara otomatis menyesuaikan topik-topik konten berdasarkan preferensi, pola perilaku, dan interaksi pengguna sehingga memperkuat kecenderungan seseorang untuk mempercayai dan terpengaruh oleh *influencer* di media sosial dan teman terdekat. Seiring dengan meningkatnya intensitas penggunaan media sosial di lingkungan mahasiswa, kemudian hadir persepsi bahwa semakin aktif seseorang di platform digital, maka semakin tinggi pula citra mereka sebagai individu yang dianggap modern, populer, dan mudah bergaul. Adapun kalangan mahasiswa yang tidak

memiliki media sosial cenderung dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang gaul. Banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial menjadi dramatis dan membuat pencitraan atas dirinya (Oktaviani, 2019).

Banyak mahasiswa cenderung mempercayai informasi yang tersebar di media sosial, terutama jika disajikan dalam bentuk visual yang menarik dan dilengkapi dengan teks singkat. Gaya penyampaian yang ringkas ini membuat informasi lebih mudah diterima, mengingat sebagian besar mahasiswa mengakses berita melalui platform digital. Namun, tidak semua dari mereka melakukan verifikasi atau menyaring informasi sebelum mempercayai maupun membagikannya. Akibatnya, hal ini dapat memengaruhi tingkat pemahaman mereka terhadap isu yang disampaikan, karena informasi yang diterima belum tentu akurat atau lengkap

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandung dan khususnya kepada mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Paradigma dan Pendekatan

a. Paradigma

Paradigma adalah cara pandang seseorang mengenai suatu pokok permasalahan yang bersifat fundamental untuk memahami suatu ilmu maupun keyakinan dasar yang menuntun seseorang untuk bertindak dalam kehidupan

sehari-hari (Diamastuti, 2015). Paradigma Konstruktivisme merupakan realitas sosial yang diamati oleh seseorang dan tidak bisa di generalisasikan kepada setiap orang. Kajian paradigma konstruktivisme ini menempatkan posisi peneliti setara dan sebisa mungkin masuk dengan subjeknya, dan berusaha memahami serta mengonstruksikan sesuatu menjadi pemahaman si subjek yang akan diteliti (Chairul, 2019).

Persepsi mahasiswa terhadap akun Instagram @ussfeeds tentunya memunculkan beragam pandangan dan pertanyaan. Kehadiran akun Instagram USSFeeds menciptakan ruang diskusi baru bagi masyarakat, terutama mahasiswa yang lebih akrab dengan teknologi, mengenai hubungan antara manusia dan media online. Penelitian ini berfokus pada keterkaitan tersebut, sehingga peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai pendekatan penelitian. Paradigma ini dianggap cocok karena menekankan keterlibatan dan pandangan terhadap sumber informasi. Penulis juga menekankan pentingnya interaksi dari berbagai sudut pandang dan opini dari subjek penelitian, yakni mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung.

b. Pendekatan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus penelitian “Persepsi Mahasiswa Mengenai Media Instagram @ussfeeds Sebagai Sumber Informasi” (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2020 UIN Bandung). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mempunyai tujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek

penelitian seperti seleksi, organisasi, dan interpretasi secara menyeluruh dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Oleh karena itu, relevansi penelitian berdasarkan subjek yang diteliti yaitu Mahasiswa khususnya mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 yang melihat adanya persepsi terhadap instagram USSFeeds sebagai sumber informasi, serta melihat bagaimana seleksi, organisasi dan interpretasi yang dirasakan oleh mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung yang menjadikan instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menghasilkan timbal balik antara peneliti dengan subjek yang diteliti dimana hal tersebut adalah hal penting dari proses penelitian agar hasil yang didapat menggambarkan apakah mahasiswa merasa terbantu dalam menyaring dan menerima sumber informasi dari Instagram @ussfeeds.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Studi Deskriptif karena studi Deskriptif menggambarkan fenomena secara objektif sebagaimana adanya sehingga peneliti dapat menggali bagaimana persepsi mahasiswa terhadap Instagram @ussfeeds merupakan pendekatan yang berfokus pada pemaparan secara sistematis dan rinci tanpa perlu melakukan analisis statistik yang kompleks.

Studi deskriptif memiliki tujuan untuk menjelaskan karakteristik suatu fenomena atau populasi menggunakan cara yang objektif. Peneliti fokus pada

pengumpulan data untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai apa yang ada atau terjadi (Iskandar, 2023).

Dengan menggunakan studi deskriptif pada konteks penelitian ini, maka peneliti dapat menyajikan informasi yang lebih terstruktur dan jelas serta mendalam tentang persepsi mahasiswa terhadap Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi. Penelitian ini juga tidak membandingkan atau menguji hubungan, cukup dengan mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap akun @ussfeeds sebagaimana Nawawi (2005) mengatakan studi deskriptif yaitu untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan variabel yang satu dengan variabel yang lain Nawawi.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Data tentang seleksi mahasiswa Jurnalistik angkatan 2020 mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi.
2. Data tentang organisasi/pemilahan mahasiswa Jurnalistik angkatan 2020 mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi
3. Data tentang interpretasi mahasiswa Jurnalistik angkatan 2020 mengenai media Instagram @ussfeeds sebagai sumber informasi

b. Sumber data

Peneliti mencari sumber data untuk penelitian ini melalui data primer. Data primer yaitu data yang berasal langsung dari responden. Peneliti memilih sumber data primer untuk mendapatkan data tentang seleksi, organisasi, dan interpretasi yang diperoleh dari mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 yang mengikuti akun instagram @ussfeeds sebagai media informasi serta mengetahui keefektifitasannya.

5. Informan dan Unit Analisis

Pada penelitian kali ini Peneliti menjadikan mahasiswa UIN Bandung khususnya jurusan jurnalistik angkatan 2020 yang mengikuti akun @ussfeeds untuk dijadikan sebagai bahan penelitian atau narasumber yang memiliki karakteristik yang sudah ditetapkan oleh peneliti.

6. Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah beberapa teknik pengumpulan data yang dapat diterapkan dalam penelitian mengenai "Persepsi Mahasiswa Mengenai Media Instagram @ussfeeds Sebagai Sumber Informasi (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2020 UIN Bandung)":

a. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara secara mendalam dengan sejumlah mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung yang merupakan pengguna aktif Instagram dan mengikuti akun @ussfeeds. Wawancara membahas topik seperti

penggunaan Instagram, persepsi mengenai konten yang ditampilkan oleh @ussfeeds, dampak media sosial terhadap penerimaan informasi, serta sikap terhadap berita dan konten jurnalistik didalamnya.

b. Observasi

Peneliti melakukan observasi dengan cara memperhatikan mahasiswa jurusan jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung yang mengikuti akun Instagram @ussfeeds yang bertujuan memahami seleksi, organisasi, dan interpretasi yang mereka peroleh saat mengamati dan membaca konten di akun Instagram.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Proses evaluasi keabsahan data berfokus pada tingkat keandalan data yang diperoleh serta kemampuannya untuk dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, validitas data diuji melalui penerapan metode triangulasi. Triangulasi adalah pendekatan yang memperkuat kesimpulan penelitian dengan memanfaatkan beragam sumber data, sehingga hasil penelitian mampu menggambarkan fenomena yang dinamis dalam masyarakat. Dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang, kesimpulan yang dihasilkan menjadi lebih terpercaya.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah: pertama, pengumpulan data lapangan melalui wawancara dengan narasumber yang kemudian diselaraskan; kedua, penyeimbangan hasil wawancara dengan sudut pandang subjektif informan; dan ketiga, perbandingan hasil wawancara dengan dokumen atau pedoman yang selaras dengan penelitian (Sugiyono, 2015).

8. Teknik Analisis Data

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *miles and Huberman*. *Miles dan Huberman* (1984) mengungkapkan bahwasanya aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Analisis model ini mempunyai tiga tahap yaitu:

a. Reduksi Data

Pada tahapan ini dilakukan proses penyederhanaan data agar dapat sesuai dengan data yang dibutuhkan serta menganalisis lebih mendalam serta mengidentifikasi pola-pola umum dan khusus. Data yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi secara langsung dengan mahasiswa kemudian direduksi agar menjadi lebih fokus dan mempermudah pengamatan selanjutnya.

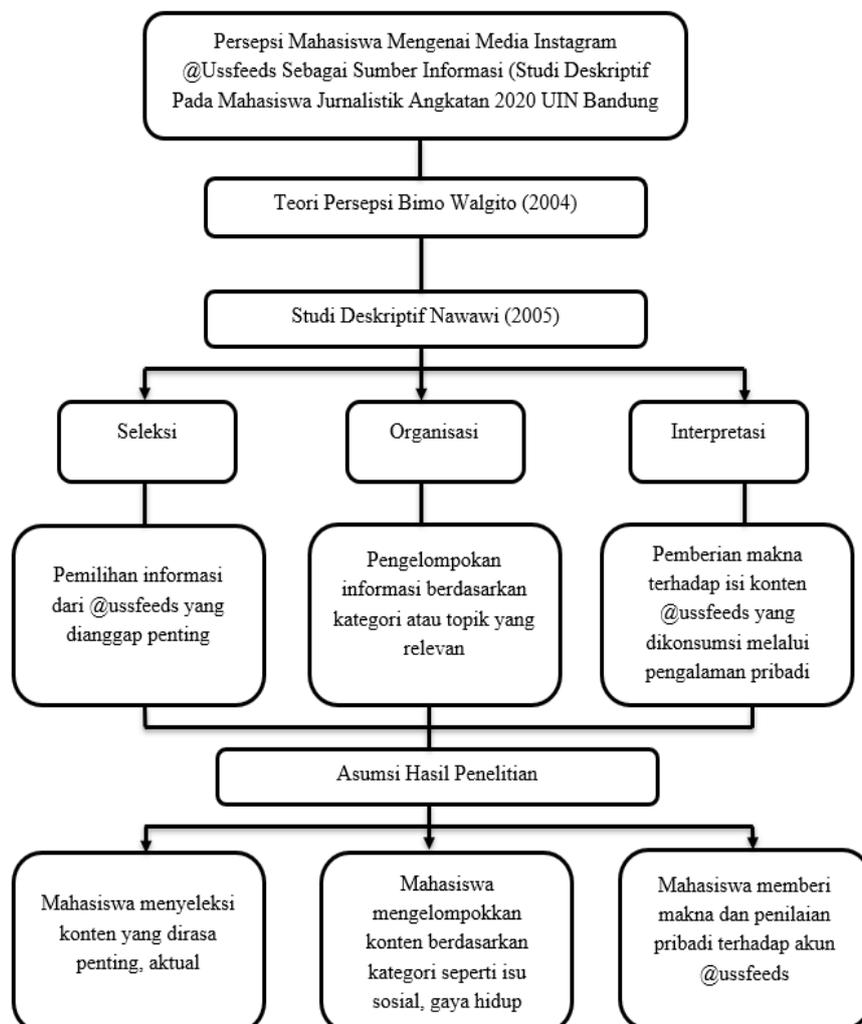
b. Penyajian Data

Tahap penyajian data merupakan tahapan dimana pengumpulan kumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang disuguhkan dalam penelitian bersifat deskriptif atau naratif agar memudahkan pemahaman fenomena yang sedang diteliti dan merupakan hasil dari kumpulan informasi yang berfokus pada penelitian yang telah disusun sebelumnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap ini adalah tahap dimana dilakukannya penarikan Kesimpulan dari semua data yang diperoleh sebagai hasil dari dilakukannya penelitian. Penarikan Kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami arti, keteraturan, penjelasan, pola-pola, alur sebab akibat atau proposisi dalam penelitian.

H. Skema Penelitian



Gambar 1. 1 Skema Penelitian

Sumber : Modifikasi Peneliti (2024)