

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan teknologi, terdapat banyak perubahan yang terjadi, termasuk pada media, yang sebelumnya hanya media cetak dan media elektronik, saat ini bertambah dengan adanya media sosial. Tentu saja, perkembangan media sosial sangatlah pesat, bahkan dalam satu pemberitaan di media sosial dapat menayangkan berita berjumlah ratusan bahkan ribuan dalam seharinya.

Era digital saat ini semakin cepat dan mudah dalam menyebarkan informasi-informasi yang tersebar khususnya pada media sosial, yang dimana menjadi konsumsi publik setiap harinya. Konsumsi informasi pada media sosial menjadi kebiasaan bahkan juga menjadi sebuah kebutuhan tersendiri, baik berupa sarana pengekspresian diri atau bahkan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi.

Lewis (2010), dalam bukunya yang berjudul "*Social Media and Strategi Communication Attitudes and Perceptions among College Students*", menyatakan bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan.

Perspektif adalah upaya dalam melukiskan sesuatu pada permukaan yang mendarat sebagaimana yang sudah terlihat oleh mata telanjang dengan tiga dimensi yakni panjang, lebar, dan tinggi. Selain itu, perspektif juga mempunyai makna lain yaitu sebagai sebuah sudut pandang atau pandangan.

Selain itu, menurut DeLone dan McLean (2003), menyatakan bahwa kualitas informasi dalam mengukur output sistem informasi, yakni dengan menghasilkan suatu informasi dalam bentuk laporan-laporan (*reports*). Menurut DeLone dan McLean, kualitas sangat dipengaruhi oleh empat hal, yaitu:

1. Relevan (*Relevancy*), informasi harus memberikan manfaat bagi pengguna. Relevansi informasi untuk tiap-tiap pengguna berbeda.
2. Akurat (*accuracy*), informasi bebas dari kesalahan-kesalahan, dan harus jelas maksudnya. Ketidakakuratan dapat terjadi karena sumber informasi mengalami gangguan atau kesengajaan sehingga merusak atau merubah data-data asli tersebut.
3. Tepat waktu (*Timeliness*), informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan tidak boleh terlambat. Informasi yang terlambat tidak mempunyai nilai yang baik, sehingga kalau digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan akan berakibat fatal dalam keputusan dan tindakan. Kondisi demikian menyebabkan mahalnya nilai suatu informasi, sehingga kecepatan untuk mendapatkan, mengolah dan mengirimkannya memerlukan teknologi-teknologi terbaru.
4. Dapat dipercaya (*Reliability*), informasi yang disajikan dalam suatu sistem informasi harus dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan secara langsung oleh pengguna.

Akar komunikasi digital bersamaan dengan asal usul internet dan pengertian media sosial saat ini yang dipelopori oleh munculnya *Advanced Research Projects Agency Network* (ARPANET), yang dilakukan pada tahun 1969. Jaringan digital ini diciptakan oleh Departemen Pertahanan AS untuk menghubungkan para ilmuwan dari empat universitas untuk saling berbagi perangkat lunak, perangkat keras, dan data lainnya.

Saat ini media sosial telah menghadirkan beberapa aplikasi yang dapat menampilkan beragam informasi berita. Salah satunya media sosial instagram. Media sosial khususnya *platform* Instagram sendiri, diluncurkan pada 6 Oktober 2010 dan dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, yang tergabung dalam perusahaan mereka sendiri yakni Burbn,Inc. Hingga pada tahun 2012, Instagram diakuisisi oleh *platform* Facebook.

Riset data yang diberikan oleh *We Are Social* pada april 2022 menunjukkan, bahwa Indonesia memiliki 99,9 juta pengguna aktif bulanan Instagram pada April 2022. Jumlah itu merupakan yang terbesar keempat di dunia, di bawah India, Amerika Serikat, dan Brasil. India merupakan negara dengan pengguna aktif bulanan Instagram terbanyak di dunia, yakni 253,5 juta orang. Posisinya diikuti Amerika Serikat dengan 155,7 juta pengguna aktif bulanan Instagram. Brasil memiliki 122,5 juta pengguna aktif bulanan Instagram.

Pengguna media sosial Instagram sebagai media sarana penyebaran informasi ataupun berita saat ini, tidak hanya dimanfaatkan oleh media konvensional besar. Namun juga dimanfaatkan oleh media komunitas daerah, salah satunya yang ada di kota Bandung, yakni akun Instagram yang bernama *@radarbandung.id*. Saat ini, *@radarbandung.id* telah menjadi *platform* media informasi berita dengan menyajikan informasi berita seputar kota Bandung dan sekitarnya dalam bentuk foto ataupun berupa video. Instagram *@radarbandung.id*, sudah ada sejak tahun 11 April 2003, yang didirikan oleh kalangan muda berbakat yang berkerja di bidang surat kabar.

Instagram *@radarbandung.id*, berkerja bersama Group Jawa Pos, yang dimana harian pagi ini bukan hanya memberi saluran aspirasi komunitas lokal, tapi mampu menumbuhkan informasi global yang modern dan bergaya hidup. “Menjadi Selalu Tampil Beda” bukan sekedar slogan, jargon tersebut justru menjadi terdepan dalam persaingan memuaskan pembaca. Tampilan perwajahan yang dinamis serta kreativitas liputan yang selalu dekat dan meladeni keinginan publik, menjadikan Radar Bandung setajam pena.

Selain itu, Instagram *@radarbandung.id*, memiliki pengikut berjumlah 41.9 ribu dengan jumlah unggahan sebanyak 5.932 yang berupa foto dan video (diakses pada 20 Januari 2023). Informasi atau konten yang diberikan pun memiliki keberagaman. Mulai dari isu lingkungan, kesehatan, politik, ekonomi, kriminal, pariwisata, kuliner, konten yang menghibur, bahkan isu yang sedang terjadi atau hangat saat ini. Informasi atau pemberitaan yang diberikan oleh media sosial

Instagram @radarbandung.id, didapatkan dari hasil kiriman warga Bandung dan sekitarnya, yang kemudian diolah kembali oleh tim pengelola Instagram yang kemudian diunggah di Instagram @radarbandung.id.

Oleh karena itu, Instagram @radarbandung.id, ikut serta dalam aktivitas kejournalistik. Dalam pelaksanaannya, Jurnalistik merupakan aktivitas menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak dengan seluas-luasnya dan secepat-cepatnya (Sumadiria, 2005:3).

Berita adalah laporan tentang suatu peristiwa atau kejadian mengemukakan bahwa “Berita adalah sebuah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka” (Michael, 2009).

Berita yang baik adalah berita yang memenuhi nilai-nilai berita. Oleh karena itu tidak semua berita bisa dipublikasikan. Akan tetapi dengan penggunaan media sosial yang sangat cepat dalam memublikasikan berita, banyak media sosial yang telah melanggar nilai-nilai berita.

Berita yang layak untuk dipublikasikan harus bersifat aktual, faktual, dan objektif, penting, serta menarik perhatian khalayak untuk membaca, melihat atau mendengarkan berita tersebut. Berita menjadi menarik dan memiliki kualitas apabila ditulis berdasarkan fakta dan peristiwa yang telah terjadi sehingga dapat disebut sesuai dengan dengan fakta yang terjadi saat itu juga. Kemenarikan sebuah berita biasanya terdapat dalam judul yang digunakan, sedangkan dalam media elektronik sebuah berita juga memiliki daya tarik apabila disampaikan dengan baik dan juga menggunakan visual yang baik pula.

Contoh kasus pada berita palsu atau *Hoax* yang beredar pada platform media sosial Instagram yakni pada akun @kartuprakerja_go.id. Dilansir dari platform Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (KOMINFO), akun yang mengatasnamakan Kartu Prakerja yang beredar di media sosial Instagram tersebut ialah palsu karena sudah menyebarkan informasi palsu terkait bantuan

pembiayaan peningkatan kompetisi dari pemerintah. Adapun akun resmi pada media sosial Instagram Kartu Prakerja adalah *@prakerja.go.id*, dengan situs resminya www.prakerja.go.id. Hal ini tidak bisa kita percayai begitu saja, karena perlu kita olah, cari dan pastikan kembali kebenaran pada pemberitaan atau informasi yang disebarakan tersebut.

Hal menarik yang dapat kita temukan pada topik tersebut di tahap pendahuluan ini, yakni perspektif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, terhadap pemberitaan pada media sosial yang dikonsumsi sehari-hari oleh mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yang mengakses melalui *platform* media sosial Instagram pada akun *@radarbandung.id*.

Alasan pemilihan topik ini yaitu, karena kerap ditemukan dalam sebuah penelitian cenderung lebih mengoptimalkan pada menganalisis penggunaan, dampak, atau pengaruh pada media sosial terhadap khalayak yang diakses melalui *platform* Instagram, dibanding dengan melihat dari sudut pandang mahasiswa yang juga mengakses dan mengonsumsi pemberitaan di media sosial sehari-hari.

Penelitian ini lebih melihat pada perspektif mahasiswa terhadap pemberitaan di media sosial Instagram *@radarbandung.id*, yang dirasa masih kurang dalam hal akademik. Maka dari itu pemilihan topik ini akan menjadi penelitian dan pembahasan penting apabila kita melihat relevansi dengan kehidupan masa sekarang di mana dominasi mahasiswa menggunakan media sosial Instagram, sangat berpengaruh pada kehidupan sehari-hari.

Program studi jurnalistik mempelajari wilayah kajian jurnalistik, apabila diartikan jurnalistik adalah kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah atau berkala lainnya (Assegaff, 1983). Sehingga apa bila diperjelas makna yang ada pada pengertian tersebut adalah segala sesuatu kegiatan mencari, menggali, mengelola, dan menyebarluaskan suatu informasi pada khalayak melalui suatu media, baik cetak, radio, televisi maupun *online*, merupakan kegiatan jurnalistik dan kegiatan jurnalistik ini dapat dilakukan oleh siapapun,

karena siapapun ia orangnya, ketika ia menyebarkan dan memberikan informasi, ia sudah dapat menjadi seorang wartawan atau seorang jurnalis.

Selanjutnya, keterkaitan “Perspektif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Terhadap Media Sosial Instagram @radarbandung.id” dengan Program Studi Jurnalistik terletak pada bagaimana media sosial Instagram @radarbandung.id mengolah pemberitaan dan informasinya, kualitas informasi yang diberikan dan intensitas pembaca setiap harinya pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dalam menerima, mencari, dan menggali berita ataupun informasi yang disebarkan oleh media sosial melalui akun Instagram di @radarbandung.id saat ini. Sehingga keterkaitan antara topik dengan program studi sudah jelas yaitu berkaitan dengan hal yang bersangkutan dengan wilayah kajian jurnalistik.

Sehingga pengajuan penelitian dengan judul “**Perspektif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Terhadap Kualitas Pemberitaan Media Sosial Instagram @radarbandung.id**” yang diakses oleh Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dapat menjadi sebuah penelitian yang bermanfaat, sebagaimana yang dijelaskan pada bagian urgensi akademik. Selain itu, sebagaimana penjelasan pada keseluruhan bagian latar belakang ini, metode yang dirasa sesuai untuk meneliti fenomena yang diambil sebagai topik penelitian yaitu metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Karena nantinya isi dari penelitian ini akan menjelaskan hal-hal dari sudut pandang mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada media sosial khususnya pada bagaimana media sosial Instagram @radarbandung.id dalam mengolah pemberitaan dan informasinya, kualitas informasi yang diberikan dan intensitas pembaca setiap harinya, di mana objeknya adalah media sosial Instagram itu sendiri.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan. Fokus penelitian ini berfokus pada bagaimana media sosial Instagram @radarbandung.id dalam mengolah pemberitaan dan informasi, kualitas informasi yang diberikan pada

pembaca setiap hari, khususnya bagi mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yang menggunakan media sosial Instagram dan mengakses *@radarbandung.id*, yang nantinya akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Maka dari itu, atas fokus dan tujuan yang telah ditentukan, rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perspektif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung tentang keakuratan pemberitaan yang dipublikasikan oleh media sosial Instagram *@radarbandung.id* saat ini?
2. Bagaimana perspektif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung tentang tingkat kecepatan pemberitaan yang dipublikasikan oleh media sosial Instagram *@radarbandung.id* saat ini?
3. Bagaimana perspektif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung tentang manfaat pemberitaan yang dipublikasikan oleh media sosial Instagram *@radarbandung.id* saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian yang peneliti tulis diatas, maka pada penelitian yang peneliti lakukan memiliki beberapa tujuan :

1. Untuk mengetahui bagaimana perspektif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, tentang keakuratan pada pemberitaan yang dipublikasikan oleh media sosial Instagram *@radarbandung.id* saat ini.
2. Untuk mengetahui bagaimana perspektif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, terhadap tingkat kecepatan pada pemberitaan yang dipublikasikan oleh media sosial Instagram *@radarbandung.id* saat ini.
3. Untuk mengetahui bagaimana perspektif Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, tentang manfaat pemberitaan yang dipublikasikan oleh media sosial Instagram *@radarbandung.id* saat ini.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Secara akademis atau teoritis, kajian yang dilakukan oleh para peneliti ini tidak hanya membantu untuk memahami ilmu komunikasi jurnalistik, akan tetapi juga membantu memajukan ilmu komunikasi jurnalistik, untuk mengetahui bagaimana media sosial Instagram @radarbandung.id, dalam mengelola berita ataupun informasi yang disajikan kepada khalayak, pada aspek kualitas informasi yang diberikan kepada pembaca khususnya mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

1.4.2 Secara praktis

Kegunaan praktis dari hasil penelitian ini yang dilakukan peneliti berharap dapat memberikan informasi dan saran yang berimbang kepada pemberitaan media sosial Instagram @radarbandung.id, agar selalu memeberikan informasi terkini dan faktual kepada khalayak pembaca, khususnya pembaca dari kalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

1.5 Hasil Penelitian yang Relevan

Pertama, judul penelitian “ Analisa Penggunaan Instagram sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk ”, yang ditulis oleh Moh. Ali Ma’ruf, seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2017. Metode Penelitiannya adalah studi deskriptif yang dispesifikan kepada *founder* dan *followers* Instagram @nganjukotabayu.

Hasil dari Penelitiannya adalah bahwa Instagram @nganjukotabayu telah melalui beberapa tahapan strategi komunikasi. Tahap komunikasi yang mereka pakai dilakukan melalui telepon seluler dan pesan singkat, penyusunan jadwal dan penetapan tim kerja. Instagram memiliki banyak fitur, namun tidak semua fitur dipakai oleh @nganjukotabayu. Suksesnya penyampaian informasi dan banyaknya pengikut diperoleh dengan berbagai cara oleh Nganjuk Kota Bayu. Berbagai jenis

informasi yang disampaikan pada Instagram seperti, informasi objek wisata, potensi wisata, kuliner, budaya, *event*, *landscape*, dan lain sebagainya.

Penelitian tersebut mempunyai persamaan dengan penelitian ini yang terletak pada objek penelitian berupa Instagram sebagai media informasi dan bagaimana upaya-upaya Instagram dalam memberikan informasi kepada para pengikutnya. Sedangkan untuk perbedaannya yang terletak pada subjek yang diteliti. Peneliti menganalisis perspektif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap pemberitaan media sosial Instagram @radarbandung.id, sedangkan penelitian di atas meneliti tentang strategi komunikasi dan analisis SWOT dan akun Instagram yang diteliti pun terlihat sangat jelas berbeda.

Kedua, judul penelitian “ Implementasi Nilai-Nilai Jurnalistik dalam Penulisan Berita di Internet sebagai Media Internal PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai ”, yang ditulis oleh Aulia Putri Rama, seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Riau pada tahun 2017. Metode Penelitiannya adalah studi deskriptif.

Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa PT Pertamina memiliki tim media jurnalis yakni *Team Media Support* yang dalam melaksanakan tugasnya, mereka menerapkan nilai-nilai jurnalistik dan pengamatan langsung pada setiap kegiatan. *Team Media Support* memahami pentingnya unsur 5W+1H dalam setiap penulisan berita. Tahap penyuntingan berita dilakukan oleh *Head of Communication and Relation* yang sudah memenuhi kriteria. Sumber daya manusia yang kurang kompeten di bidang jurnalistik menjadi salah satu faktor penghambat pengimplementasian nilai-nilai jurnalistik terhadap penulisan beritanya.

Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti implementasi nilai-nilai jurnalistik yakni penulisan berita yang sama-sama bertujuan untuk memajukan *platform* masing-masing lewat berita dan juga informasi yang disajikan dan diberikan. Sedangkan, perbedaannya terletak pada objek penelitian. Penelitian diatas dilakukan oleh *Team Media Support* PT

Pertamina Refinery Unit II Dumai, sedangkan penelitian peneliti dilakukan oleh media sosial Instagram @radarbandung.id.

Ketiga, judul penelitian “ Penerapan Kode Etik Jurnalistik pada Akun *Citizen Journalism @Infotegal* ”, yang ditulis oleh Windha Fajariani, seorang mahasiswi IAIN Purwokerto pada tahun 2020. Metode Penelitiannya adalah Analisis Wacana oleh *Van Dijk* yang meneliti postingan media sosial Instagram @infotegal pada Januari 2020 – Juni 2020.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sepanjang periode penelitian, Instagram @infotegal sudah menerapkan etika jurnalistik fairness dan kebebasan bertanggung jawab. Namun, kelemahan tetap ditemukan dalam akun Instagram ini, yakni dalam hal akurasi, kritik konstruktif, dan etika komunikasi islami.

Persamaan yang dapat disampaikan dalam penelitian di atas adalah mengenai aspek yang diteliti yakni sama-sama meneliti akun Instagram daerah yang memberikan informasi. Instagram ini juga sama-sama membuka ruang bagi *citizen journalism*. Pada dasarnya elemen jurnalistik terkandung juga dalam kode etik jurnalistik. Hal tersebut yang harus dipatuhi dan menjadi pedoman bagi wartawan. Sedangkan, perbedaan yang dapat dilihat yakni terletak pada objek penelitian dan metode analisis data.

Keempat, judul penelitian “ Pemanfaatan Instagram sebagai Media Penyebaran Berita (Studi Deskriptif pada Pikiran Rakyat Online) ”, yang ditulis oleh Ilham Nurkamal, seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2020. Metode penelitiannya adalah studi deskriptif.

Hasil Penelitiannya ialah karakteristik berita di media sosial Pikiran Rakyat harus mengandung nilai kebenaran atau (*no hoax*), akurat, objektif, seimbang dan aktual. Standar kelayakan berita yang diunggah di Instagram harus aktual, faktual, menarik dan penting memiliki dampak yang positif bagi khalayak pembaca dan pemenuh kebutuhan informasi. Media Instagram digunakan oleh Pikiran Rakyat, sebagai *branding* dan juga sebagai wadah media yang dapat merangkul seluruh usia

yang membaca agar bisa menikmati berita yang disajikan dengan begitu cepat, mudah, dan berkualitas.

Persamaan yang dapat peneliti sampaikan ialah penggunaan media baru dalam aktivitas kerjournalistikan yaitu media sosial Instagram. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada konsep yang digunakan. Peneliti menggunakan konsep Perspektif sedangkan pada penelitian yang diatas menggunakan Pemanfaatan. Selain itu, objek dan aspek yang diteliti pun berbeda. Penelitian diatas meneliti media konvensional besar yang berkovergensi ke mdia sosial Instagram yakni Pikiran Rakyat, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada media sosial Instagram umum yang biasa diakses oleh orang yang membutuhkan informasi cepat dan mudah yakni @radarbandung.id.

Kelima, judul penelitian “ Diseminasi Informasi Pada Media Sosial Instagram @infokrw (Studi Deskriptif Penerapan Sembilan Elemen Jurnalisme Bill Kovach dan Tom Rosenstiel pada Instagram @infokrw) ”, yang ditulis oleh Nina Nuriyah, seorang mahasiswi Ilmu Komunikasi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2021. Metode Penelitiannya ialah studi deskriptif yang menerapkan sembilan elemen jurnalistik dari *Bill Kovach* dan *Tom Rosenstiel* pada media sosial Instagram @infokrw.

Hasil penelitiannya adalah bahwa aktifitas diseminasi, perencanaan berita dilakukan dengan rapat, penentuan isu berlandaskan kebenaran, dan kerjasama tim. Pencarian berita dilakukan melalui kegiatan *citizen journalism*, penelusuran sumber-sumber kredibel, pelansiran berita dari media massa, pencarian isu yang bersifat netral dan menjauhi isu politik, serta menggunakan hati nurani. Menuangkan aspek 5W+1H, memperhatikan sasaran pembaca, dan menambahkan lead pada berita lansir ditempuh dalam proses *news writing*. Selanjutnya, verifikasi, penyajian foto atau video, kompilasi dan infografis dilakukan dalam tahap *news editing*. Berdasarkan temuan di atas, sembilan elemen jurnalisme telah terpenuhi penerapannya, namun terdapat proporsi yang berbeda-beda. Proporsi yang konsisten dan utuh diterapkan terdapat pada elemen kebenaran, disiplin verifikasi,

menyediakan forum publik, membuat hal penting menjadi menarik dan relevan, menjaga berita komprehensif dan proporsional, serta menggunakan hati nuraninya. Sedangkan elemen yang proporsinya lebih sedikit diterapkan yakni elemen loyalitas kepada masyarakat, independensi dan menjadi pemantau kekuasaan.

Persamaan yang dapat peneliti sampaikan ialah penggunaan pada media baru yakni media sosial Instagram. Sedangkan pada perbedaannya terletak pada konsep yang digunakan, peneliti menggunakan konsep Perspektif, sedangkan penelitian diatas menggunakan Diseminasi, objek dan aspek yang diteliti pun jelas sangat berbeda. Objek yang diteliti oleh Penelitian diatas ialah media sosial Instagram @*infokrw*, sedangkan peneliti meneliti objek media sosial Instagram @*radarbandung.id*.



Tabel 1.1
Hasil Penelitian Relevan

No.	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Moh. Ali Ma'ruf, (2017), <i>Analisa Penggunaan Instagram sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk</i>	Studi Deskriptif	Hasil dari Penelitiannya adalah bahwa Instagram @nganjukotabayu telah melalui beberapa tahapan strategi komunikasi. Tahap komunikasi yang mereka pakai dilakukan melalui telepon seluler dan pesan singkat, penyusunan jadwal dan penetapan tim kerja. Instagram memiliki banyak fitur, namun tidak semua fitur dipakai oleh @nganjukotabayu. Suksesnya penyampaian informasi dan banyaknya <i>followers</i> diperoleh dengan berbagai cara oleh Nganjuk Kota Bayu.	Persamaan penelitian ini dengan yang akan diteliti terletak pada objek penelitian berupa Instagram sebagai media informasi dan bagaimana upaya-upaya Instagram dalam memberikan informasi kepada para <i>followers</i> -nya.	Perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti. Peneliti menganalisis perspektif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap pemberitaan media sosial Instagram @radarbandung.id, sedangkan penelitian di atas meneliti tentang strategi komunikasi dan analisis SWOT dan akun Instagram yang diteliti pun terlihat sangat jelas berbeda.

			Berbagai jenis informasi yang disampaikan pada Instagram seperti, informasi objek wisata, potensi wisata, kuliner, budaya, <i>event</i> , <i>landscape</i> , dan lain sebagainya.		
2.	Aulia Putri Rahma (2017), <i>Implementasi Nilai-Nilai Jurnalistik dalam Penulisan Berita di Internet sebagai Media Internal PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit II Dumai</i>	Studi Deskriptif	Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa PT Pertamina memiliki tim media jurnalis yakni <i>Team Media Support</i> yang dalam melaksanakan tugasnya, mereka menerapkan nilai-nilai jurnalistik dan pengamatan langsung pada setiap kegiatan. <i>Team Media Support</i> memahami pentingnya unsur 5W+1H dalam setiap penulisan berita. Tahap penyuntingan berita dilakukan oleh <i>Head of Communication and Relation</i> yang sudah memenuhi kriteria. Sumber	Persamaan dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti implementasi nilai-nilai jurnalistik yakni penulisan berita yang sama-sama bertujuan untuk memajukan <i>platform</i> masing-masing lewat berita dan juga informasi yang disajikan dan diberikan.	Perbedaannya terletak pada objek penelitian. Penelitian di atas dilakukan pada <i>Team Media Support PT Pertamina Refinery Unit II Dumai</i> , sedangkan penelitian peneliti dilakukan pada media sosial Instagram <i>@radarbandung.id</i> .

			<p>daya manusia yang kurang kompeten di bidang jurnalistik menjadi salah satu faktor penghambat pengimplementasian nilai-nilai jurnalistik terhadap penulisan beritanya.</p>		
3.	<p>Winda Fajriani (2020), <i>Penerapan Kode Etik Jurnalistik pada Akun Citizen Journalism @infotegal.</i></p>	<p>Analisis Wacana, Van Dijk.</p>	<p>Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sepanjang periode penelitian, Instagram @infotegal sudah menerapkan etika jurnalistik <i>fairness</i> dan kebebasan bertanggung jawab. Namun, kelemahan tetap ditemukan dalam akun Instagram ini, yakni dalam hal akurasi, kritik konstruktif, dan etika komunikasi islami.</p>	<p>Persamaan yang dapat disampaikan dalam penelitian di atas adalah mengenai aspek yang diteliti yakni sama-sama meneliti akun Instagram daerah yang memberikan informasi. Instagram ini juga sama-sama membuka ruang bagi <i>citizen journalism</i>. Pada dasarnya elemen jurnalistik terkandung juga dalam kode etik jurnalistik. Hal tersebut yang harus dipatuhi dan</p>	<p>Perbedaan yang dapat dilihat yakni terletak pada objek penelitian dan metode analisis data.</p>

				menjadi pedoman bagi wartawan.	
4.	Ilham Nurkamal (2020), <i>Pemanfaatan Instagram sebagai Media Penyebaran Berita (Studi Deskriptif pada Pikiran Rakyat Online)</i>	Studi Deskriptif	Hasil Penelitiannya ialah karakteristik berita di media sosial Pikiran Rakyat harus mengandung nilai kebenaran atau (<i>no hoax</i>), akurat, objektif, seimbang dan aktual. Standar kelayakan berita yang diunggah di Instagram harus aktual, faktual, menarik dan penting memiliki dampak yang positif bagi khalayak pembaca dan pemenuh kebutuhan informasi. Media Instagram digunakan oleh Pikiran Rakyat, sebagai <i>branding</i> dan juga sebagai wadah media yang dapat merangkul seluruh usia yang membaca agar bisa menikmati berita yang disajikan dengan begitu cepat, mudah, dan berkualitas.	Persamaan yang dapat peneliti sampaikan ialah penggunaan media baru dalam aktivitas kerjurnalistikan yaitu media sosial Instagram.	Perbedaannya terletak pada konsep yang digunakan. Peneliti menggunakan konsep Perspektif sedangkan pada penelitian yang di atas menggunakan Pemanfaatan. Selain itu, objek dan aspek yang diteliti pun berbeda. Penelitian di atas meneliti media konvensional besar yang berkovergensi ke media sosial Instagram yakni Pikiran Rakyat, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada media sosial Instagram umum yang biasa diakses oleh orang yang membutuhkan informasi cepat dan mudah yakni <i>@radarbandung.id</i> .

5.	<p>Nina Nuriyah (2021), <i>Diseminasi Informasi Pada Media Sosial Instagram @infokrw (Studi Deskriptif Penerapan Sembilan Elemen Jurnalisme Bill Kovach dan Tom Rosenstiel pada Instagram @infokrw)</i>.</p>	Studi Deskriptif	<p>Hasil penelitiannya adalah bahwa aktifitas diseminasi, perencanaan berita dilakukan dengan rapat, penentuan isu berlandaskan kebenaran, dan kerjasama tim. Pencarian berita dilakukan melalui kegiatan <i>citizen journalism</i>, penelusuran sumber-sumber kredibel, pelansiran berita dari media massa, pencarian isu yang bersifat netral dan menjauhi isu politik, serta menggunakan hati nurani. Menuangkan aspek 5W+1H, memperhatikan sasaran pembaca, dan menambahkan <i>lead</i> pada berita lansir ditempuh dalam proses <i>news writing</i>. Selanjutnya, verifikasi, penyajian foto atau video, kompilasi dan infografis dilakukan dalam tahap <i>news editing</i>.</p>	<p>Persamaan yang dapat peneliti sampaikan ialah penggunaan pada media baru yakni media sosial Instagram.</p>	<p>Perbedaannya terletak pada konsep yang digunakan, peneliti menggunakan konsep Perspektif, sedangkan penelitian diatas menggunakan Diseminasi, objek dan aspek yang diteliti pun jelas sangat berbeda. Objek yang diteliti oleh Penelitian diatas ialah media sosial Instagram @infokrw, sedangkan peneliti meneliti objek media sosial Instagram @radarbandung.id.</p>
----	--	------------------	---	---	---

			<p>Berdasarkan temuan di atas, sembilan elemen jurnalisme telah terpenuhi penerapannya, namun terdapat proporsi yang berbeda-beda. Proporsi yang konsisten dan utuh diterapkan terdapat pada elemen kebenaran, disiplin verifikasi, menyediakan forum publik, membuat hal penting menjadi menarik dan relevan, menjaga berita komprehensif dan proporsional, serta menggunakan hati nuraninya. Sedangkan elemen yang proporsinya lebih sedikit diterapkan yakni elemen loyalitas kepada masyarakat, independensi dan menjadi pemantau kekuasaan.</p>		
--	--	--	--	--	--

Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *new media* yang merupakan bentuk integrasi atau fungsi media konvensional dengan media digital (Puspita, 2015). Menurut Denis McQuail dalam buku *Teori Komunikasi Massa McQuail*, ciri utama *new media*, yaitu (1) saling berhubungan; (2) khalayak individu bisa menjadi penerima maupun pengirim pesan; (3) interaktivitas yang beragam; (4) memiliki kegunaan yang beragam dan karakter yang terbuka; (5) sifat yang ada “dimana-mana” (McQuail, 2011).

New media merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, menurut beliau *new media* adalah teori yang membahas mengenai perkembangan media. Menurut Pierre Levy, bahwa WWW (*World Wide Web*) dikembangkan sebagai wadah informasi yang terbuka, dinamis dan fleksibel, yang dapat memungkinkan manusia dapat mengembangkan pengetahuan yang baru dan juga dapat terlibat didalam dunia demokratis tentang pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Teori *new media* selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman, karena teori tersebut terbentuk akibat adanya interaksi antara manusia dengan teknologi yang terus berkembang. Saat ini yang dimaksud dalam teknologi yang terus berkembang yaitu, internet. Hampir dipastikan sebuah media baru saat ini tidak bisa berkembang jika tidak ada yang namanya internet, karena diibaratkan media baru dan internet seperti anak yang membutuhkan induknya. Contohnya ialah Instagram. Instagram sebagai media baru membutuhkan internet ketika akan digunakan. *New media* tidak bisa dipisahkan dengan dunia digital dan teknologi mumpuni saat ini.

Maka dari itu, keterkaitan teori *new media* dengan penelitian ini karena *new media* (media baru) merupakan alat yang membentuk media sosial itu sendiri. Media sosial ini menciptakan sebuah ruang aktivitas tersendiri bagi setiap individu untuk memberikan informasi ataupun berita dari seluruh penjuru dunia ini,

khususnya pada aspek kualitas informasi yang diberikan oleh suatu media pemberitaan atau informasi kepada masyarakat.

1.6.2 Kerangka Konseptual

1.6.2.1 Perspektif

Perspektif penelitian dalam hal ini merupakan cara pandang peneliti terhadap tingkat kebebasan kepada responden dalam memberikan data atau informasi yang hendak disajikan. Pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan yang berperspektif emik, yakni pendekatan penelitian yang pengambilan datanya dalam bentuk narasi, cerita detail, ungkapan dan bahasa asli hasil konstruksi para responden atau informan, tanpa ada evaluasi dan interpretasi dari peneliti.

Data dalam bentuk cerita detail tersebut hanya dapat diperoleh, karena teknik pengumpulan datanya adalah wawancara mendalam dan atau observasi, bukan kuesioner. Dengan demikian tingkat kebebasan perspektif emik yang diberikan kepada responden atau informan sangat tinggi (Berutu dalam Hamidi, 2013). Perspektif penelitian yang digunakan oleh seorang peneliti adalah kualitatif yang memiliki tahapan berfikir kritis-ilmiah, yang mana seorang peneliti memulai berfikir secara induktif, yaitu menangkap berbagai fakta atau fenomena-fenomena sosial, melalui pengamatan di lapangan, kemudian menganalisisnya dan kemudian berupaya melakukan teorisasi berdasarkan apa yang diamati itu (Berutu dalam Bungin, 2013).

Konteks penelitian ini dimaksudkan pada perspektif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, dalam mengkonsumsi berita ataupun informasi yang disebarkan melalui media sosial Instagram *@radarbandung.id*, melalui postingannya baik berupa foto atau video. Informasi yang disebarkan juga beragam, seperti isu lingkungan, kesehatan, politik, ekonomi, kriminal, pariwisata, kuliner, konten yang menghibur, bahkan isu yang sedang hangat atau *trend* saat ini.

1.6.2.2 Media Sosial

Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. (Kaplan dan Haenlein, 2019).

Sedangkan menurut Henderi (2007), media sosial merupakan situs jaringan sosial berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka akan terhubung, serta melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu.

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2002, Friendster telah menguasai jejaring sosial. Media sosial lahir dengan keunikan dan ciri khas tersendiri. Sejarah media sosial dimulai pada tahun 70-an ketika sistem papan tulis ditemukan Buletin yang memungkinkan Anda menghubungi orang lain melalui email atau bongkar muat perangkat lunak dan semua ini masih dilakukan melalui saluran telepon yang sama dengan terhubung ke modemnya.

1.6.2.3 Instagram

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis IOS, Android, dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik, mengedit, dan memposting foto atau video ke halaman utama jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang dimana nanti akan menjadi pengikut anda.

Menurut Bambang (2012), Instagram merupakan sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya

terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.

1.6.2.4 Jurnalistik Media Sosial

Jurnalistik Media Sosial merupakan pelaporan berita yang dilakukan jurnalis melalui media sosial. Jurnalisme media sosial dikenal juga dengan istilah *social media journalism*. Jurnalisme media sosial muncul karena khalayak sering mengakses media sosial. Para jurnalis mempublikasikan berita di media sosial supaya khalayak dapat menerima berita selagi mengakses media sosial, sehingga berpengaruh kepada penyampaian alur informasi.

1.6.2.5 @radarbandung.id

@radarbandung.id merupakan sosial media yang menampilkan beragam informasi terkhususnya di Kota Bandung. Instagram @radarbandung.id, berkerja bersama Grup Jawa Pos, yang dimana harian pagi ini bukan hanya memberi saluran aspirasi komunitas lokal, tapi mampu menumbuhkan informasi global yang modern dan bergaya hidup. “Selalu Tampil Beda” bukan sekedar slogan semata saja, jargon tersebut justru menjadi terdepan dalam persaingan memuaskan pembaca. Tampilan perwajahan yang dinamis serta kreativitas liputan yang selalu dekat dan meladeni keinginan publik, menjadikan Radar Bandung setajam sebuah pena.

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan hal yang sangat penting dalam melaksanakan penelitian kualitatif ini. Tempat dalam penelitian ini sudah ditentukan sebagai subjek dalam melaksanakan penelitian. Dalam uraian yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini akan dilaksanakan di Kampus Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, yang beralamat di Jl. A.H. Nasution No. 105, Cipadung, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah paradigma konstruktivisme. Paradigma adalah disiplin ilmu yang melihat cara pandang orang terhadap diri dan lingkungannya yang akan mempengaruhinya dalam berpikir, bersikap, dan bertingkah laku yang mengartikan bahwa suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya. Selain itu, paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah dan masuk akal (Mulyana, 2003:9).

Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial dapat dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme merupakan kebalikan dari positivisme. Konstruktivisme justru menganggap bahwa tidak ada realitas ataupun kebenaran yang bersifat tunggal. Realitas sosial diinterpretasikan oleh individu maupun kelompok, sehingga hasil yang didapat akan beragam. Paradigma ini mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain (Patton, 2002). Dengan demikian, aspek yang dikonstruktifkan dalam penelitian ini yakni aspek pesan yang disampaikan oleh para individu atau informan yang kemudian peneliti pelajari dan analisis.

Paradigma konstruktivis merupakan salah satu prespektif dalam tradisi sosiokultural. Paradigma ini menyatakan bahwa identitas benda dihasilkan dari bagaimana kita berbicara tentang objek, bahasa yang digunakan untuk mengungkap konsep kita, dan cara-cara kelompok sosial menyesuaikan diri pada pengalaman umum mereka. Keberadaan simbol atau bahasa menjadi penting dalam proses pembentukan realitas. Berbagai kelompok dengan identitas, pemaknaan, kepentingan, pengalaman, dan sebagainya mencoba mengungkapkan diri dan selanjutnya akan memberi sumbangan dalam membentuk realitas secara simbolik.

Maka dari itu, keterkaitan paradigma konstruktivisme dengan penelitian ini bahwa dalam mengkonstruksi suatu realitas khususnya dalam konteks kualitas

informasi ialah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, memiliki sudut pandang yang berbeda dalam memaknai suatu informasi atau suatu pemberitaan yang dimana hal ini dapat juga menjadi suatu realitas yang menjadikan suatu media khususnya media sosial Instagram ini dapat terus membangun media mereka dengan menyesuaikan kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh khalayak pembaca.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat dan atau organisasi tertentu dalam dalam suatu setting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

Pendekatan kualitatif dipilih guna untuk mengetahui bagaimana media sosial Instagram *@radarbandung.id*, mengolah berita ataupun informasi sehingga bisa disajikan dan diberikan kepada khalayak, selain itu pendekatan kualitatif ini dipilih untuk mengetahui juga bagaimana perspektif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam mencari ataupun menerima informasi berupa berita yang ada pada media sosial Instagram *@radarbandung.id*, dalam aspek kualitas informasi yang diberikan serta intensitas penggunaannya dalam sehari-hari.

Data yang diperoleh oleh peneliti dalam pendekatan kualitatif ditentukan berdasarkan kebutuhan untuk melihat peristiwa yang tengah diteliti. Dalam hal ini, peneliti membutuhkan lima informan dari *@radarbandung.id*, agar dapat menjawab fenomena yang peneliti teliti. Dalam segi pelaporan, peneliti sampaikan dengan cara deskriptif yakni menguraikan dengan kata-kata mengenai data yang diperoleh.

1.7.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipilih peneliti dalam penelitian ini adalah studi deskriptif. Metode studi deskriptif ini digunakan agar dapat menggambarkan secara lengkap dari suatu fenomena sosial yang kemudian disajikan dalam bentuk kata-

kata baik tulisan maupun lisan dari para informan atau sumber data primer dan sekunder (Moelong, 1996).

Oleh karena itu, hasil dalam penelitian ini ditulis dengan yang bentuk narasi berupa ucapan atau tulisan dari orang atau perilaku yang diamati, dalam hal ini ialah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam perspektif mereka terhadap kualitas informasi yang diberikan oleh media sosial Instagram @radarbandung.id. Data atau fakta yang diperoleh di lapangan perlu dianalisis secara mendalam, yang kemudian dapat dibuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti menjadi instrumen utama dalam mengumpulkan dan menganalisis data.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.7.4.1 Jenis Data

Data yang akan diperlukan oleh peneliti pada penelitian ini merupakan data kualitatif. Adapun jenis data pada penelitian ini ialah data kualitatif. Data diperoleh dari berita atau informasi yang dimuat oleh media sosial Instagram @radarbandung.id dan wawancara oleh pembaca berita yakni mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang mengkonsumsi berita sehari-hari.

1.7.4.2 Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang langsung didapatkan langsung dari objek yang diteliti. Selanjutnya data primer dari penelitian ini yakni informasi yang diperoleh dari mahasiswa aktif Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung.

Sumber Data Sekunder

2) Sumber data sekunder merupakan data yang tidak diperoleh dari informan atau sumber pertama. Alhasil peneliti memanfaatkan atau mengumpulkan data dan informasi dari data yang sudah dikumpulkan oleh orang lain.

1.7.5 Informan

Informan yang ada di dalam penelitian ini yaitu mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang melihat dan membaca pemberitaan ataupun mendapatkan informasi dari media sosial Instagram pada akun *@radarbandung.id*.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini ialah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yakni mahasiswa aktif yang melihat dan membaca berita apapun di media sosial Instagram pada akun *@radarbandung.id* dan yang bersedia untuk dijadikan sebagai informan.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

1.7.6.1 Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. Karena merupakan proses pembuktian, maka bisa saja hasil wawancara sesuai atau berbeda dengan informasi yang telah diperoleh sebelumnya.

Agar wawancara efektif, maka terdapat berapa tahapan yang harus dilalui, yakni ; 1). mengenalkan diri, 2). menjelaskan maksud kedatangan, 3). menjelaskan materi wawancara, dan 4). mengajukan pertanyaan (Yunus, 2010).

1.7.6.2 Dokumentasi

Menurut Arikunto (2006), metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, agenda, dan sebagainya. Dimana yang dimaksud dengan

dokumentasi dalam penelitian ini adalah pengumpulan data melalui dokumentasi yang diambil dari media sosial Instagram pada akun *@radarbandung.id*, yang berisikan berita-berita terkini atau aktual.

1.7.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data dalam penelitian ini adalah Triangulasi. Triangulasi sendiri merupakan teknik pengecekan keabsahan data dengan memanfaatkan hal lain diluar data itu sendiri untuk pengecekan ataupun sebagai pembandingan data. Triangulasi ini juga merupakan salah satu model pengecekan data yang bisa menentukan sebenar-benarnya data dalam penggambaran fenomena dalam sebuah penelitian.

Selanjutnya, triangulasi di dalam penelitian ini ialah dengan cara pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu hal yang lain. Teknik yang paling banyak dilakukan dalam teknik triangulasi yaitu dengan pemeriksaan melalui beberapa sumber lainnya membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan penyebaran angket.

1.7.8 Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (2002), data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kukuh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat. Dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebabakibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Dan lagi, data kualitatif lebih condong dapat memebimbing kita untuk memperoleh penemuan yang tak diduga sebelumnya dan untuk membentuk kerangka teoritis baru terhadap data tersebut guna untuk membantu para peneliti untuk melangkah lebih maju dari praduga dan kerangka kerja awal.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif pegumpulan data yang dilakukan peneliti lebih menekankan kepada situasi guna menemukan, memahami,

menjelaskan dan memperoleh gambaran tentang bagaimana perspektif mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung tentang kualitas informasi pada media sosial Instagram @*radarbandung.id*.

Oleh karena itu, metode dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara tepat mengenai bagaimana perspektif atau sudut pandang mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung mengenai kualitas informasi yang dipublikasikan oleh media sosial Instagram @*radarbandung.id* khususnya pada aspek keakuratan, tingkat kecepatan, tingkat kepercayaan, dan manfaat pemberitaan yang diberikan kepada khalayak pembaca khususnya mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

