

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian mengenai pandangan Generasi Z, khususnya mahasiswa jurnalistik UIN Bandung, terhadap media sosial dengan fokus pada akun @folkative di Instagram, menjadi sangat penting untuk dilakukan. Kajian ini tidak hanya bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana mahasiswa jurnalistik menyikapi peran media sosial dalam menerima informasi, tetapi juga untuk memberikan wawasan tentang strategi penyampaian informasi yang lebih efektif di era digital. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan praktik komunikasi di kalangan generasi muda dalam memanfaatkan platform digital sebagai sumber informasi.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia membutuhkan media untuk saling bertukar informasi, yang merupakan inti dari komunikasi. Melalui komunikasi, seseorang bisa menyampaikan berita, ide, informasi, atau bersosialisasi dengan orang lain. Media sosial seperti Instagram telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling efektif dalam hal ini.

Di tengah perkembangan ini, media sosial seperti Instagram menjadi salah satu platform yang paling populer. Dengan kekuatan visual dan sifat interaktifnya, Instagram telah menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan berita, opini, dan informasi. Salah satu akun media online yang populer di kalangan mahasiswa jurnalistik UIN Bandung adalah akun Instagram @folkative. Akun ini menjadi subjek penelitian yang menarik karena kontennya yang beragam, mudah dipahami, dan berbobot, serta berhasil menarik banyak pengikut, terutama di kalangan mahasiswa.

Bagi mahasiswa jurnalistik di UIN Bandung, pemahaman mereka tentang pengaruh media sosial, khususnya Instagram, dalam proses penerimaan informasi bisa memberikan wawasan yang berharga. Sebagai calon profesional media massa, pandangan mereka tentang peran dan dampak media sosial dalam pembentukan opini publik serta pengaruhnya terhadap profesi jurnalistik menjadi aspek penting yang perlu dipahami.

Akun Instagram Folkative didirikan oleh Kenneth William pada tahun 2016 dan mulai dikenal pada tahun 2018. Meskipun akun ini dimiliki secara pribadi, sahamnya dimiliki oleh beberapa orang. Folkative bertujuan menjadi portal berita yang ditujukan untuk kaum milenial hingga Generasi Z, dengan mengemas berita secara kekinian. Konten yang disajikan oleh Folkative dikemas dengan cara yang sederhana namun menarik, sehingga memancing rasa ingin tahu dari audiens. Pengemasan visual juga dibuat seefisien mungkin, khususnya dalam 5-10 detik pertama video, karena periode inilah yang menentukan apakah penonton akan melanjutkan menonton atau tidak. Dengan demikian, jika video memiliki durasi panjang, perlu dicari bagian-bagian yang paling menarik untuk di-highlight.

Folkative adalah platform media online yang aktif menggunakan Instagram sebagai media untuk menyampaikan informasi. Akun Instagram Folkative berfokus menjadi salah satu sumber informasi bagi generasi muda yang aktif di media sosial, khususnya Instagram. Folkative sangat jeli dalam memilih audiens targetnya, dengan menyampaikan informasi secara sederhana dan mudah diterima oleh para pengguna, terutama kaum muda di era digital ini.

Akun Folkative memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari media berita lainnya. Respon positif terhadap akun Instagram ini terlihat dari jumlah pengikut yang mencapai 6 juta followers dan 9.800 postingan (per 10 Agustus 2024). Akun ini menyajikan foto dan video yang disertai dengan caption yang mendeskripsikan konten secara lebih detail, membuat informasi yang disampaikan menjadi mudah dipahami oleh pengikutnya.

Gaya komunikasi yang digunakan oleh akun Instagram Folkative sangat relevan, terkini, dan mudah diterima oleh penggunanya. Informasi dan interaksi di akun ini berjalan dengan baik, dengan fokus pada konten budaya kreatif yang mendapatkan perhatian lebih dari Generasi Z. Konten seperti budaya pop Indonesia, seni, berita terkini, serta merek yang sedang tren di kalangan mahasiswa jurnalistik UIN Bandung menjadi daya tarik tersendiri bagi pengikutnya.

Dengan demikian, perkembangan pesat teknologi informasi, terutama media sosial, telah membawa dampak besar pada cara pandang dan penerimaan informasi, khususnya di kalangan Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh di tengah-tengah dunia digital, mereka tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana interaksi, tetapi juga sebagai sumber informasi utama. Hal ini menjadi relevan, terutama bagi mahasiswa jurnalistik yang kelak akan berperan sebagai pekerja media profesional. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai dinamika media sosial dan penerimaan informasi di kalangan Generasi Z sangat penting untuk menghadapi tantangan dunia komunikasi di masa depan.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini akan memfokuskan pada analisis pandangan Generasi Z terhadap pengaruh media sosial dalam penerimaan informasi, dengan menggunakan studi kasus media online Instagram @folkative. Penelitian akan dilakukan khususnya terhadap mahasiswa Jurnalistik di UIN Bandung. Maka dari itu secara rinci penelitian ini hendak menjawab beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana sensasi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi?
2. Bagaimana atensi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi?
3. Bagaimana interpretasi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada akun Instagram Folkative sebagai media informasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sensasi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada Media Instagram Folkative sebagai media informasi
2. Mengetahui atensi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada Media Instagram Folkative sebagai media informasi

3. Mengetahui interpretasi mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung pada Media Instagram Folkative sebagai media informasi

1.4 Kegunaan penelitian

Kegunaan Penelitian ini diharapkan dapat memberikan efek serta manfaat berdaya guna sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan secara akademis

Penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan kontribusi signifikan pada literatur akademik di bidang jurnalistik dan media sosial. Dengan menyajikan wawasan mendalam tentang cara berita dikonstruksi dan diterima di Instagram, penelitian ini memperkaya pemahaman kita tentang dinamika penyebaran informasi di era digital. Lebih dari itu, penelitian ini juga dapat berfungsi sebagai studi kasus yang jelas dalam penerapan metode analisis kualitatif, yang berguna untuk mengungkap bagaimana masyarakat, terutama Generasi Z, merespons berita dan informasi dalam konteks media sosial yang terus berkembang.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan secara praktis dalam upaya meningkatkan literasi media di kalangan mahasiswa jurnalistik. Dengan literasi yang lebih baik, mahasiswa diharapkan menjadi lebih kritis dan cerdas dalam menilai, mengevaluasi, dan memahami berita di platform media sosial, terutama mengingat peran media sosial yang semakin dominan dalam membentuk opini publik dan menyebarkan informasi. Selain itu, penelitian ini membuka jalan bagi studi-studi lanjutan yang lebih mendalam, baik dalam konteks penerimaan informasi di media sosial maupun dalam kajian terhadap kelompok responden yang

berbeda. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi pada pengetahuan saat ini, tetapi juga menjadi dasar bagi pengembangan penelitian yang lebih luas dan kompleks di masa depan.

1.4.2 Kegunaan Secara Praktis

Penelitian ini mampu memberikan wawasan yang lebih luas tentang dampak berita yang disebarakan melalui Instagram terhadap cara mahasiswa jurnalistik dalam memahami dan menerima informasi. Dengan fokus pada dinamika penerimaan informasi oleh mahasiswa, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang pola pikir dan perilaku mereka di media sosial, khususnya di Instagram. Temuan dari penelitian ini diharapkan memberikan panduan bagi pengguna Instagram, terutama Generasi Z, dalam mencari sumber informasi yang paling akurat, seperti yang disediakan oleh akun Instagram *@folkative*. Dengan meningkatnya kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi dan memilih sumber informasi yang dapat dipercaya, penelitian ini berpotensi untuk meningkatkan kualitas pekerjaan jurnalistik mereka di masa depan.

Selain itu, penelitian ini memainkan peran penting dalam pengembangan etika penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa jurnalistik. Memahami dampak penyebaran berita di Instagram dapat mendorong mahasiswa untuk lebih bijaksana dan bertanggung jawab dalam berbagi informasi, sehingga mereka tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga produsen konten yang kritis dan etis. Penelitian ini juga membantu mempromosikan perilaku yang lebih bertanggung jawab dalam berbagi berita dan informasi di platform seperti Instagram, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan literasi media dan kesadaran etis di

kalangan pengguna media sosial secara lebih luas. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penyebaran berita di Instagram, temuan ini menawarkan wawasan yang berharga tentang bagaimana mahasiswa jurnalistik memperoleh dan menilai informasi yang aktual dan relevan, dengan implikasi praktis yang signifikan untuk praktik jurnalistik di masa depan..

1.5 Hasil penelitian relevan

Dalam penelitian mengenai Persepsi Generasi Z pada Media Instagram *@folkative* Sebagai Sumber Informasi: (Studi Pandangan Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung) ini tentu saja penulis mengacu pada penelitian penelitian lain yang sudah ada dan dirasa relevan, penelitian tersebut diantaranya sebagai berikut :

Hana Sabila Azka, pada tahun 2019 “Persepsi Mahasiswa Terhadap Tayangan Kriminal 86 NET TV) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seleksi, interpretasi, dan perilaku (behavior) mahasiswa di Kota Bandung dan Kota Cimahi mengenai tayangan kriminal 86 Net TV. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yang mengutamakan pada penelitian yang mendalam. Teori yang digunakan adalah teori persepsi Joseph A. Devito yang meliputi seleksi, interpretasi, dan perilaku.

Fitri Faujiah, Pada tahun 2018 dengan judul ” Persepsi Remaja di Kota Bandung Mengenai Pemuda Hijrah Melalui Media Sosial Instagram” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sensasi, atensi, dan interpretasi sehingga dapat mengetahui persepsi remaja di Kota Bandung mengenai Pemuda Hijrah melalui media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori persepsi dari

Deddy Mulyana yang meliputi sensasi, atensi, dan interpretasi. Hasil dari penelitian ini yaitu persepsi atau pengalaman yang mengenai objek pada kaum remaja yang mengikuti kajian pemuda hijrah dan yang tentunya juga mengikuti akun instagram pemuda hijrah, dengan realitanya media sosial instagram ini sangat mempermudah bahkan membantu para remaja untuk mengetahui informasi-informasi unik yang telah disajikan.

Chloe Keishia, pada tahun 2023 dengan judul "Strategi Pembuatan Konten Pada Akun Folkative dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Generasi Z" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi kebutuhan informasi Generasi Z pada akun instagram Folkative. Metode Penelitian yang diterapkan adalah Pendekatan kualitatif dan dianalisis dengan menggunakan teori media baru. Dari hasil analisis penelitian yang dilakukan akhirnya menjawab bahwa "Folkative" yklmmenerapkan 3 karakteristik CMC dalam melakukan strategi pembuatan konten, antara lainnya ada Anonimitas, Kustomisasi, dan Interaktivitas.

Muhammad Asraf Fathin Ariadi, pada tahun 2023 dengan judul "Penggunaan Instagram Folkative Sebagai Media Informasi" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya akun instagram Folkative sebagai media untuk mendapatkan informasi. Metode Penelitian yang diterapkan adalah kualitatif deskriptif interpretatif. 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 lahirlah akun Folkative sebagai perwujudan terbentuknya pemikiran yang maju sebagai masyarakat era

modernisasi. Alasan bertindak yang mendasari atas penggunaan media baru itu sendiri.

Ananda Triana Novitasari, pada tahun 2021 "Khalayak Konten Berita di Media Sosial Instagram: Motivasi Khalayak Mengonsumsi Konten Berita dan Melakukan Interaksi dalam Kolom Komentar Akun Instagram @folkative" Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Berdasarkan hasil analisis terhadap hasil wawancara dengan delapan informan, penelitian ini menemukan beberapa kategori tentang motivasi khalayak dalam mengonsumsi konten berita Folkative, yaitu isi konten berita yang menarik bagi khalayak, penyampaian konten berita yang menarik bagi khalayak, keuntungan yang didapatkan khalayak, dan kebutuhan yang ingin dipenuhi khalayak.

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Landasan Teoritis

Peneliti memilih teori persepsi dari persepsi Kenneth K. Sereno, Edward M. Bodaken, Judy C. Pearson, dan Paul E. Nelson yang dikutip oleh Deddy Mulyana karena dirasa selaras dengan judul penelitian ini yang mana didalam teori tersebut terdapat 3 dimensi persepsi yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi yang dapat dilihat dari sudut pandang mahasiswa jurnalistik Angkatan 2020 UIN Bandung bagaimana mereka menilai media instagram @folkative sebagai sumber informasi yang tepat dan terpercaya.

Persepsi bisa disebut sebagai inti dari komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, sangat tidak mungkin kita berkomunikasi dengan lancar atau efektif.

Persepsilah yang akan menentukan arah kita untuk memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lainnya. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering juga mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung untuk membentuk kelompok budaya maupun kelompok identitas (Mulyana, 2017 : 180).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori persepsi Kenneth K. Sereno, Edward M. Bodaken, Judy C. Pearson, dan Paul E. Nelson yang dikutip oleh Deddy Mulyana. Menurut (Mulyana 2015 : 179) dalam bukunya yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, “Persepsi merupakan proses yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dan lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi kita”

Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson menyebutkan bahwa dimensi persepsi ada tiga, yaitu Sensasi, Atensi, Interpretasi.

1. Sensasi

Sensasi terjadi melalui berbagai indera kita, seperti penciuman, peraba, penglihatan, pendengaran, dan pengecapan. Sensasi mengacu pada pesan-pesan yang diterima oleh otak melalui indera-indera tersebut. Rangsangan yang diterima oleh indera akan dikirimkan ke otak, tetapi makna dari pesan tersebut juga memerlukan proses pemahaman. Manusia tidak dapat membentuk persepsi hanya dari proses sensasi saja; setelah sensasi terjadi, informasi dan makna yang ada di otak akan melanjutkan ke tahap atensi.

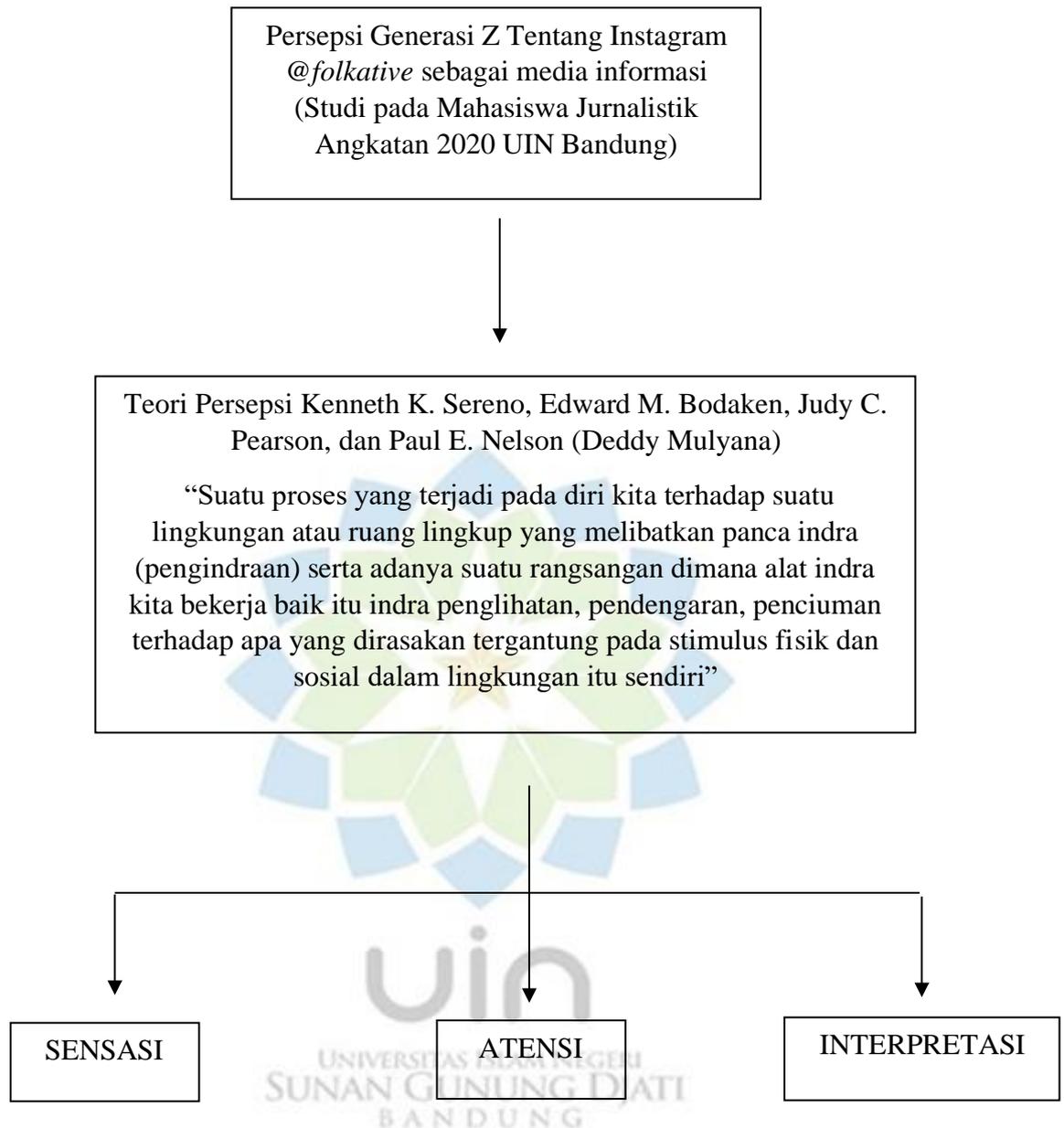
2. Atensi

Setelah sensasi, tahap selanjutnya adalah atensi. Atensi adalah proses di mana otak mulai menafsirkan informasi yang telah diterima. Pada tahap ini, seseorang mulai memperhatikan informasi atau kejadian yang telah sampai ke otaknya..

3. Interpretasi

Tahap terakhir dari proses persepsi adalah interpretasi, yang merupakan tahap paling penting dalam keseluruhan proses persepsi. Pada tahap ini, seseorang tidak hanya mengartikan makna dari setiap objek, tetapi juga memahami informasi yang dianggap valid sebagai representasi dari objek tersebut. Dengan kata lain, pengetahuan yang diperoleh melalui persepsi tidak selalu terkait langsung dengan objek yang sebenarnya, tetapi lebih kepada bagaimana objek tersebut tampak dalam kerangka pengetahuan persepsi seseorang (Mulyana, 2015: 182).

Peneliti memilih teori persepsi ini untuk menganalisis masalah yang sedang diteliti, yaitu Persepsi Generasi Z terhadap Media Instagram @*folkative* sebagai Sumber Informasi. Peneliti berpendapat bahwa teori ini relevan dengan permasalahan yang ada, karena persepsi yang terbentuk melalui akun Instagram tersebut mengikuti beberapa tahapan proses persepsi, sehingga persepsi yang dimiliki oleh pengikut akun Folkative dapat dipahami sebagai hasil dari proses ini.



Gambar 1.6 Kerangka Teori Persepsi

(Sumber: Modifikasi Peneliti 2024)

1.6.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual untuk pandangan Generasi Z terhadap pengaruh media sosial dalam penerimaan informasi, khususnya melalui studi kasus Media Online Instagram @folkative dalam pandangan mahasiswa jurnalistik UIN Bandung, dapat disusun sebagai berikut:

1.6.2.1 Instagram

Instagram adalah sebuah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video dengan pengikut mereka. Sebagai media penyampaian informasi, Instagram menggabungkan unsur audio visual serta teks, yang membuatnya menjadi alat yang menarik dan dinamis untuk dinikmati oleh masyarakat. Platform ini memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi, terutama di kalangan Generasi Z, yang sangat aktif menggunakan media sosial. Dengan kemampuannya untuk menyampaikan informasi secara langsung dan visual, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana efektif untuk berkomunikasi dengan publik, tetapi juga sebagai alat yang dapat membangun sudut pandang dan mempengaruhi persepsi khalayak. Sebagai media, Instagram memiliki peran strategis dalam pemberitaan dan penyebaran informasi kepada masyarakat luas.

1.6.2.2 Generasi Z

Generasi Z yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, tumbuh di era digital dan telah menggunakan perangkat digital sejak usia dini. Mereka sangat aktif di berbagai media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Snapchat, di mana mereka mengekspresikan kreativitas, menunjukkan

kepedulian terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, serta terbiasa melakukan multitasking secara digital. Generasi ini juga cenderung lebih terbuka mengenai kesehatan mental, skeptis terhadap media tradisional, dan mandiri dalam mencari solusi melalui sumber online. Karakteristik-karakteristik ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam teknologi dan budaya.

Generasi Z memiliki hubungan yang erat dengan media sosial, aktif di berbagai platform, dan mencari konten visual yang ringkas, menarik, dan beragam. Mereka berinteraksi aktif dengan konten, mengikuti tren, dan hashtag populer, serta memperhatikan keandalan sumber informasi dan terlibat dalam kampanye sosial. Hubungan mereka dengan media sosial mencerminkan minat, nilai, dan identitas mereka.

1.6.2.3 Pengaruh Media Sosial

Media sosial sering membentuk apa yang disebut sebagai *filter bubble* dimana setiap penggunanya cenderung hanya tertuju pada opini dan pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri. Platform media sosial menggunakan algoritma untuk menyesuaikan konten yang ditampilkan kepada pengguna berdasarkan minat, perilaku, dan interaksi sebelumnya. Generasi Z cenderung mempercayai dan terpengaruh oleh influencer di media sosial serta opini teman sebaya.

Media sosial memungkinkan penyebaran informasi dengan cepat dan mudah tanpa verifikasi yang memadai. Generasi Z cenderung tertarik pada konten visual dan pendek seperti gambar, video pendek, dan meme. Konten yang disajikan

secara visual atau dalam format pendek lebih mudah dicerna dan menarik perhatian mereka, namun juga dapat memengaruhi kedalaman pemahaman mereka terhadap suatu topik.

1.7 Langkah-langkah penelitian

1.7.1 Lokasi penelitian

Agar penelitian lebih terkerucut sehingga menghasilkan data yang lebih valid maka penulis mengambil lokasi penelitian di Kota Bandung dan khususnya kepada mahasiswa jurnalistik Angkatan 2020 UIN SGD Bandung. Penulis menjadikan Kota Bandung sebagai lokasi penelitian dikarenakan Mahasiswa UIN SGD Bandung memiliki tingkat umur sesuai dengan kriteria penelitian yaitu generasi Z. Dengan begitu fokus pencarian data penelitian ini diadakan di Kota Bandung dan Mahasiswa Junalistik Angkatan 2020 UIN SGD Bandung saja.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

1.7.2.1 Paradigma

Paradigma merupakan persepsi dasar mengenai pokok bahasan ilmu. Paradigma mengartikan tentang apa yang harus diteliti serta di bahas, pertanyaan apa yang harus ditanyakan, seperti apa perumusan masalah, dan aturan – aturan yang harus diikutinya. Paradigma berkaitan dengan pendefinisian, teori, metode, dan instrumen di dalamnya (Lubis, 2014). Paradigma konstruktivisme merupakan realitas sosial yang diamati oleh seseorang dan tidak dapat di generalisasikan kepada setiap orang. Teori konstruktivisme sosial bisa berada di dalam teori fakta sosial dan defensi sosial (Eriyanto, 2012).

Persepsi Gen Z Mengenai Media Instagram Folkative tentu saja menimbulkan sudut pandang serta pertanyaan yang beragam – ragam. Dengan adanya akun instagram Folkative, hal itu akan membuat masyarakat terutama Gen Z yang lebih melek akan teknologi menimbulkan wadah diskusi baru yang keterkaitan antara manusia dan media online. Dengan begitu penelitian ini menekan pada proses keterkaitan manusia dengan media online. Untuk itu penulis menjadikan *konstruktivisme* menjadi paradigma penelitian. Paradigma *konstruktivisme* juga dirasa sepadan dengan menekan keterlibatan mengenai sudut pandang terhadap suatu sumber penerimaan informasi. Penulis juga mementingkan interaksi dari berbagai sudut pandang serta pendapat dari sebuah subjek yang diteliti yaitu Gen Z.

1.7.2.2 Pendekatan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan fokus pendekatan penelitian ”Persepsi Generasi Z Tentang Media Instagram @folkative sebagai media informasi” (Studi Pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2020 UIN Bandung) yang mana menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Maka dari itu, relevansi penelitian berdasarkan dengan subjek yang akan diteliti yaitu Generasi Z khususnya mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 yang mana melihat persepsi terhadap instagram folkative sebagai media informasi, serta

melihat bagaimana sensasi, atensi dan interpretasi yang dirasakan oleh mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung dalam menjadikan instagram *@folkative* sebagai media informasi. Penelitian ini juga akan menghasilkan timbal balik baik peneliti dan subjek yang diteliti dimana hal tersebut merupakan hal yang penting dari proses penelitian agar hasil yang diterima menggambarkan apakah generasi z merasa terbantu menyaring dan menerima informasi dari instagram folkative.

1.7.3 Metode penelitian

Metode penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah Studi Deskriptif. Deskriptif mengacu pada pendekatan yang berfokus pada pemaparan secara rinci dan sistematis mengenai fenomena yang diamati, tanpa adanya manipulasi variabel. Menurut Sugiyono (2018) juga menjelaskan bahwa metode deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik subjek yang diteliti, baik itu individu, organisasi, atau masyarakat, untuk memahami suatu fenomena secara lebih mendalam. Dalam konteks penelitian ini, peneliti mengumpulkan data langsung dari informan, yaitu mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung yang termasuk ke dalam generasi Z.

1.7.4 Jenis data dan sumber data

Jenis data yang dipilih oleh peneliti adalah data deskriptif. data deskriptif adalah data yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan fenomena yang diamati tanpa melibatkan analisis statistik inferensial. Data deskriptif ini membantu peneliti untuk memahami konteks, karakteristik, dan detail dari subjek atau fenomena dari penelitian ini.

1.7.4.1 Data Primer

Sumber data primer yang diambil dalam penelitian ini merupakan data yang diolah melalui wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis. Data primer yang diambil merupakan hasil dari objek penelitian yaitu Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung.

1.7.4.2 Data Sekunder

Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini merujuk pada sejumlah skripsi dan artikel jurnal yang sebelumnya telah mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan topik yang sedang peneliti teliti. Peneliti juga memasukkan beberapa karya literatur tambahan seperti buku dan tulisan lain yang mencakup materi-materi yang relevan dengan fokus penelitian yang akan diteliti.

1.7.5 Informan dan unit analisis

Pada penelitian ini dapat digeneralisasikan informan yang diteliti, peneliti menjadikan informan sebagai bahan penelitian yang memiliki karakteristik yang sudah ditetapkan oleh peneliti yaitu Generasi Z dari mahasiswa UIN SGD Bandung berdomisili di Kota Bandung yang nantinya informan tersebut akan dijadikan narasumber dari penelitian.

1.7.6 Teknik pengumpulan data

Berikut adalah beberapa teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian tentang " Persepsi Generasi Z pada Media Instagram @folkative Sebagai Sumber Informasi (Studi Pandangan Mahasiswa Jurnalistik UIN Bandung)" :

1.7.6.1 Wawancara

Melakukan wawancara mendalam dengan sejumlah mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung yang menjadi pengguna aktif Instagram *@folkative*.

Wawancara akan mencakup topik seperti penggunaan Instagram, persepsi terhadap konten yang dibagikan oleh *@folkative*, pengaruh media sosial terhadap penerimaan informasi, dan sikap terhadap berita dan konten jurnalistik.

1.7.6.2 Observasi

Observasi merupakan pengamatan dari suatu fenomena yang terjadi secara langsung dimana terdapat pencatatan suatu fenomena atau hubungan sosial yang sedang terjadi. Peneliti melakukan observasi dengan media mahasiswa jurnalistik angkatan 2020 UIN Bandung untuk mengetahui apa saja sensasi, atensi dan interpretasi yang mereka dapatkan ketika mengamati dan membaca Media Instagram pada Akun Folkative.

1.7.7 Teknik penentuan keabsahan data

Prosedur evaluasi keabsahan data berfokus pada tingkat kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan serta kemampuannya untuk dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, uji keabsahan data dilakukan dengan menerapkan konsep triangulasi. Triangulasi merupakan pendekatan yang digunakan untuk memperoleh kesimpulan yang lebih kuat dengan memanfaatkan berbagai sumber data, sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan fenomena yang sering berubah dalam masyarakat. Dengan mempertimbangkan berbagai sudut pandang, kesimpulan yang diperoleh menjadi lebih kredibel. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi: pertama, pengumpulan data lapangan

melalui wawancara dengan narasumber yang kemudian disinkronkan; kedua, penyeimbangan hasil wawancara dengan pandangan subjektif dari informan; dan ketiga, perbandingan hasil wawancara dengan dokumen atau pedoman yang relevan dalam penelitian. (Sugiyono, 2015)

1.7.8 Teknik analisis data

Analisis data merupakan proses yang dilakukan selama pengambilan data berlangsung dan setelah selesai dalam periode tertentu. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan beberapa tahap sebagai berikut:

1.7.8.1. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, yang merupakan gabungan dari ketiga metode tersebut. Peneliti secara cermat mengamati berbagai data dan fakta terkait fenomena penelitian yang beragam.

1.7.8.2. Reduksi Data

Setelah data terkumpul, penulis melakukan reduksi data dengan menganalisisnya secara lebih mendalam, mengidentifikasi pola-pola khusus dan umum. Data yang telah direduksi menjadi lebih terfokus, menggambarkan dengan lebih jelas, dan mempermudah pengamatan selanjutnya.

1.7.8.3. Penyajian Data

Data yang disajikan dalam penelitian ini bersifat deskriptif atau naratif, yang bertujuan untuk memudahkan pemahaman fenomena yang sedang diteliti. Data

yang disajikan merupakan hasil dari pengumpulan informasi yang mengacu pada fokus penelitian yang telah disusun sebelumnya.

1.7.8.4 Verifikasi atau Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian merupakan hasil yang bisa dipertanggung jawabkan. Kesimpulan didapatkan dari hasil kecocokan uji, kebenaran fakta, dan juga kekuatan penelitian terhadap suatu fenomena.

1.7.9 Rencana Jadwal Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan Kampus UIN SGD Bandung mulai bulan April 2024. Tahap awal mula penelitian ini dimulai dengan studi kasus dari pemahaman mahasiswa jurnalistik UIN Bandung terhadap media online instagram *@folkative*. Peneliti lalu melanjutkan ke tahap menyiapkan pertanyaan untuk narasumber yang akan menjadi subjek penelitian, lalu peneliti melakukan wawancara kepada narasumber mengenai topik penelitian. Tahap selanjutnya peneliti melakukan observasi mengenai data yang penulis dapat dengan narasumber diperdalam lagi dengan beberapa data yang bisa digali melalui jurnal, skripsi, dan Media sosial instagram sebagai penguat data. Penulis melakukan cross check terhadap data – data yang sudah dimiliki agar bisa menjadi hasil yang relevan.