

**STRATEGI REPORTASE ADMIN INSTAGRAM @KAMPUSIJO.PWT
DALAM DISEMINASI KONTEN KEGIATAN MAHASISWA IAIN
PURWOKERTO**



SKRIPSI

Oleh :

Azizka Amalia Hasim

1423102053

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

PURWOKERTO

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Azizka Amalia Hasim

NIM : 1423102053

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Reportase Admin Instagram @*kampusijo.pwt* dalam Diseminasi Konten Kegiatan Mahasiswa IAIN Purwokerto” secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang ditunjuk sumbernya.

Apabila di kemudian hari terbukti ada pernyataan saya yang keliru, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 02 September 2021

Saya yang menyatakan,



Azizka Amalia Hasim
NIM 1423102053



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 Website: www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi berjudul :

**STRATEGI REPORTASE ADMIN INSTAGRAM @KAMPUSIJO.PWT DALAM
DISEMINASI KONTEN KEGIATAN MAHASISWA IAIN PURWOKERTO**

disusun oleh **Azizka Amalia Hasim**, NIM. 1423102053, Program Studi **Komunikasi dan
Penyiaran Islam** Jurusan **Dakwah**, Fakultas **Dakwah**, Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Purwokerto, telah diujikan pada hari : **Senin** tanggal : **26 Juli 2021**, dan dinyatakan memenuhi
syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Penguji Utama

Dr. Sulhan Chakim, MM
NIP.: 196805082000031002

Sekretaris Sidiang/Penguji II,

Uus Uswatusolihah, M.A
NIP.: 19770304200312001

Ketua Sidang / Pembimbing

:

Prof. Dr. Abdul Basit, M.Ag
NIP.: 1969 1219 1998 031001

Mengesahkan

Pada tanggal : 6 September 2021



NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Skripsi
Sdr. Azizka Amalia Hasim

Purwokerto, 16 Juli 2021
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah IAIN
Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari:

Nama : Azizka Amalia Hasim

NIM : 1423102053

Judul : Strategi Reportase Admin Instagram @kampusijo.pwt dalam
Diseminasi Konten Kegiatan Mahasiswa IAIN Purwokerto

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 16 Juli 2021

Pembimbing,



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M. Ag
NIP.19691219 199803 1 001

MOTTO

“Komunikasi adalah satu-satunya kelas yang tidak ada lulusannya. Bahkan kata-kata orang yang paling bijaksana pun akan disalahartikan oleh orang yang kurang paham.”

-Shannon L. Alder

STRATEGI REPORTASE ADMIN INSTAGRAM @KAMPUSIJO.PWT
DALAM DISEMINASI KONTEN KEGIATAN MAHASISWA IAIN
PURWOKERTO

Azizka Amalia Hasim
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
IAIN Purwokerto

ABSTRAK

Untuk mendapatkan suatu konten berita, tentu tidaklah mudah. Dalam prosesnya perlu beberapa usaha yang kreatif dari seorang reporter. Maka dari itu diperlukan strategi, strategi merupakan faktor yang sangat penting dalam berbagai hal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi peliputan berita yang subjektif, menarik, terbaru, dan layak dipublikasikan. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu dapat menambah pengalaman penulis melalui penelitian yang dilakukan serta dapat memberikan informasi dan referensi kepada berbagai pihak serta yang berkepentingan dalam hal meliput berita. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang menjadi pembahasan penelitian adalah bagaimana strategi reportase admin instagram @kampusijo.pwt dalam diseminasi konten kegiatan mahasiswa IAIN Purwokerto?

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya. Data dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Beberapa metode dengan pengolahan data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing and verification*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa admin @kampusijo.pwt dalam peliputan berita atau pencarian bahan konten menggunakan 5 strategi yaitu: *pertama* strategi riset kepustakaan, *kedua* strategi rapat agenda setting, *ketiga* strategi mempersiapkan peralatan, *keempat* strategi observasi, dan *kelima* strategi wawancara.

Kata Kunci: Strategi, Peliputan Berita, Akun Instagram @kampusijo.pwt

REPORTING STRATEGY @KAMPUSIJO.PWT INSTAGRAM ADMIN
IN DISSEMINATION CONTENT OF IAIN PURWOKERTO STUDENT
ACTIVITIES

Azizka Amalia Hasim

Departement of Islamic Communication and Broadcasting IAIN Purwokerto

Abstract

To get a news content, of course, is not easy. The process requires some creative effort from a reporter. Therefore a strategy is needed, the strategy is a very important factor in various ways in order to achieve the goals that have been set. This study aims to determine news coverage strategies that are subjective, interesting, up-to-date, and worthy of publication. The benefits of this research are that it can add to the author's experience through research conducted and can provide information and references to various parties and interested parties in terms of news coverage. Based on the background of the problem above, it can be formulated that the problem that will be discussed in the research is how is the reporting strategy @kampusijo.pwt Instagram admin in disseminating the content of IAIN Purwokerto student activities?

This study uses a descriptive method with a qualitative approach. Qualitative approach aims to explain the phenomenon in depth. Data were collected by observation, interview, and documentation methods. Several methods with data processing (data reduction), data presentation (data display), and drawing conclusions (conclusion drawing and verification).

The results showed that admin @kampusijo.pwt in news coverage or searching for content materials used 5 strategies, namely: *first*, library research strategy, *second* agenda setting meeting strategy, *third* strategy of preparing equipment, *fourth* observation strategy, and *fifth* interview strategy.

Keywords: Strategy, News Coverage, Instagram Account @kampusijo.pwt

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah wa syukurulillah atas karunia dan hidayah dari Allah, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Karya tulis skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, Ibu Siti Maesaroh dan Bapak Hasim, terimakasih atas cinta dan kasih sayang, support serta do'a tiada habisnya, mungkin dari hikmah do'a tulus mereka jugalah tugas ini dapat diselesaikan
2. Adikku tercinta, Sema Haifa Haya Hasim, terimakasih untuk perhatian, pengertian, dan kasih sayangnya
3. Suami yang selalu menjadi penyemangat di kala penulis merasa lelah
4. Almamater tercinta, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukrulillah atas rahmat, karunia serta hidayah yang Allah berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat dan salam untuk Kekasih Allah, Nabi Muhammad SAW yang semoga kelak kita akan mendapatkan syafa'atnya. Dengan penulisan skripsi ini, penulis mengambil judul: Strategi Reportase Admin Instagram @kampusijo.pwt dalam Diseminasi Konten Kegiatan Mahasiswa IAIN Purwokerto sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan S1 Komunikasi Penyiaran Islam di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto tahun akademik 2020/2021.

Dalam penyusunan laporan ini, banyak sekali hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi. Namun dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat selesai di waktu yang tepat. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu, diantaranya;

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
4. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
5. Dr. Musta'in, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

6. Uus Uswatusolihah, S.Ag., M.A., dan Dedy Riyadin, M.I.Kom., selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
7. Warto, S.Kom, M.Kom., selaku penasihat akademik
8. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat ramah dalam memberikan bimbingan serta arahan dalam penulisan skripsi
9. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dalam materi perkuliahan dengan baik
10. Mas Mumtazun Fadli dan crew @kampusijo.pwt yang sudah memberikan izin penelitian dan memberi informasi kepada penulis
11. Kedua orang tua saya yang telah memberikan segala upaya untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir
12. Suami saya Ardy, dan buah hati kami Azlan El Fathi yang selalu memberikan kesejukan, kedamaian, kehangatan setiap waktu. Dan adikku Sema Haifa, terimakasih sudah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini
13. Teman sejawat, Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah dan KPI B 2014 IAIN Purwokerto atas supportnya
14. Semua pihak yang sudah membantu dan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas do;a baiknya. Semoga senantiasa diberikan keberkahan oleh Allah

Tiada kata yang pantas penulis sampaikan selain ungkapan beribu-ribu terima kasih atas semua bantuan, dukungan, dan do'a baiknya. Semoga Allah membalas dengan yang lebih baik. Dengan penuh kesadaran, penulis mengetahui

bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan hati yang lapang, koreksi serta masukan sangat penulis harapkan demi perbaikan. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi penulis dan semua pihak serta memberikan keberkahan bagi kehidupan di dunia maupun akhirat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka	11
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II STRATEGI REPORTASE, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, DAN KEMAHASISWAAN	
A. Strategi Reportase	16
B. Media Sosial.....	19
C. Instagram.....	23

D. Kemahasiswaan	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	33
D. Sumber Data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Analisis Data.....	36
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Penelitian.....	38
B. Program Konten Instagram @kampusijo.pwt.....	41
C. Strategi Reportase Admin @kampusijo.pwt.....	42
D. Tanggapan Mahasiswa terhadap @kampusijo.pwt.....	51
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	55
B. Saran	56
C. Penutup	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN	61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	84

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 3 Surat Ijin Penelitian dari Fakultas
- Lampiran 4 Surat Ijin Riset untuk @kampusijo.pwt
- Lampiran 5 Blangko Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 Surat Keterangan Lulus Ujian Proposal
- Lampiran 7 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 8 Transkrip Nilai
- Lampiran 9 Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju pesat membawa sebuah perubahan dalam tatanan hidup masyarakat. Tidak dapat dipungkiri dengan lahirnya perkembangan teknologi informasi inilah yang menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etika dan norma yang ada. Menurut penulis kebanyakan masyarakat Indonesia tidak asing dan pasti menggunakan sekecil-kecilnya telephone seluler dan tidak sedikit pula yang menggunakan media sosial karena beragam kebermanfaatannya, seperti sarana komunikasi, pertukaran informasi, bisnis dan lain sebagainya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa peran media massa seperti radio, televisi, surat kabar, tabloid, majalah, internet, buku, kaset / CD sangatlah besar dalam kehidupan masyarakat bahkan sampai masuk ke tatanan kehidupan. Tak terkecuali media sosial, dimana masyarakat telah dibuat asyik dengan segala kecanggihan fasilitasnya.

Media sosial tersebut masuk ke dalam jenis komunikasi massa, dimana komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan melalui media massa (media cetak dan elektronik). Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet.¹ Melalui internet kita dapat mengakses bebas informasi yang diinginkan. Kita juga dapat berkomunikasi dengan seseorang yang jarak tempuhnya jauh dengan menggunakan media sosial internet seperti facebook, whatsapp, twitter, instagram dan sebagainya.

¹ Dedy Nur Hidayat, *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004). hlm. 4 & 5

Media jejaring sosial pada saat ini sangat mempermudah penggunaannya dengan adanya *smartphone* yang dapat mengakses layanan-layanan yang tersaji di internet. Jika ditinjau lebih spesifik lagi, saat ini terdapat jenis-jenis jejaring sosial berbentuk sebuah aplikasi yang menggolongkan fitur-fitur yang dikhususkan, misalnya jejaring sosial mengirimkan pesan langsung atau lebih sering dikenal dengan sebutan *chat*, jejaring sosial yang memiliki fitur audio visual, jejaring sosial mengirimkan pesan langsung dan rekam suara, bahkan sampai saat ini ada juga jejaring sosial yang menyajikan fitur layanan pengunggahan gambar atau foto yang ditujukan kepada pengguna-pengguna jejaring sosial yang juga memiliki aplikasi tersebut salah satunya adalah *instagram*. *Instagram* mampu memberikan fitur yang menarik sehingga pengguna layanan internet dapat mempelajari dan berbagi dalam hal fotografi.²

Instagram menjadi platform media sosial yang saat ini dimiliki hampir semua orang. Menurut data yang dirilis *Napoleon Cat*, pada periode Januari-Mei 2020, pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Pencapaian itu merupakan peningkatan dari bulan atas penggunaan platform berbagi foto ini.³

Instagram mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan media sosial lainnya antara lain; 1) Mampu bersifat privasi, artinya profil *Instagram* kita terkunci dan hanya bisa dilihat oleh orang-orang yang sudah mengikuti / berteman berdasar keinginan kita sendiri, 2) Memiliki fitur menarik yang di dalamnya menjadi media sharing foto atau video dengan dibekali efek, stiker, dan berbagai macam fitur edit lainnya sehingga memperindah *feed / tampilan*

² Rangga Aditya. Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jom FISIP*. Vol 2, No.2, 2015. (Riau: Universitas Riau, 2015) Hlm. 2. Diambil dari: <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/view/5880>

³ <https://www.google.com/amp/s/www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/amp>

pada instagram kita, 3) Menyediakan akun bisnis, bagi yang menekuni bidang bisnis online tentu hal ini akan sangat membantu usahanya.⁴

Kita juga dapat memulai usaha melalui instagram yang pasarnya lebih luas. Dengan menggunakan akun bisnis ini, kita dapat mengontrol dan mengecek perkembangan bisnis kita dengan fitur *Insight* yang memunculkan database promosi seperti *Reach* yakni angka total followers / audience yang melihat postingan kita, *Impressions* yakni angka jumlah berapa kali postingan kita dilihat followers / audience. Kemudian juga menampilkan jangkauan pemirsa, komentar, *like*, bahkan prosentase usia sehingga memudahkan kita dalam memilah sasaran.⁵

Dengan keunggulan tersebut, *Instagram* hadir menjadi tempat berbagi ide atau informasi, dan juga memberikan konten-konten yang kreatif sehingga menarik simpati dalam berkomunikasi.

Dalam perspektif Islam, ketika menyampaikan informasi atau memberikan edukasi atau karya yang positif melalui *Instagram* tetap harus berpegang teguh pada kode etik dan disertai sumber yang jelas, seperti tidak menyampaikan informasi yang kontroversi dan menyakiti satu golongan serta tidak menyebarkan berita palsu atau hoax. Jika dalam penggunaannya baik, maka akan dinilai ibadah karena artinya media sosial menebar dan membawa manfaat baik bagi orang lain. Dalam Al-Quran disebutkan sebagai berikut :

1. QS-Al Isra' : 7⁶

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ..

⁴ <https://www.google.com/amp/s/exrush.com/amp/kelebihan-dan-kekurangan-instagram-dibandingkan-media-sosial-lainnya/>

⁵ <https://www.dewaweb.com/blog/panduan-instagram-insight-post-dan-story-bagi-para-pemula/>

⁶ Ahmad Hatta, *Tafsir Quran Perkata*. (Jakarta: Magfirah Pustaka, 2011) hlm. 282

“Jika kamu berbuat baik, (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri...”

2. QS-Al Hujurat : 6⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ
نَدِمِينَ.

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”

Berbagai cara dapat dilakukan dalam memanfaatkan media sosial internet secara arif dan bijaksana. Seperti halnya yang dilakukan oleh akun media Instagram @kampusijo.pwt, akun Instagram tersebut hadir sebagai media untuk membagikan informasi atau konten kegiatan Mahasiswa IAIN Purwokerto. @kampusijo.pwt merupakan media sosiosharing Mahasiswa IAIN Purwokerto yang tentu di dalamnya terdapat proses untuk mendapatkan suatu berita atau konten.

Berita yang baik harus ditulis apabila didukung dengan data yang lengkap dan akurat. Melalui observasi, fakta yang diperoleh lewat pengamatan adalah hal-hal yang dapat dilihat, didengar, dibaui, diraba, dirasa, atau dikecap yang merupakan bagian dari suatu kejadian, dan semua ini diamati sendiri oleh wartawan.⁸

Reporter merupakan faktor terpenting dalam sebuah kegiatan peliputan berita. Dia harus turun ke lapangan dan mencari informasi yang dapat dijadikan

⁷ Ahmad Hatta, *Tafsir Quran Perkata*. (Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2011) hlm. 516

⁸ Laila Nur Salsabila, *Strategi Reporter RRI Purwokerto dalam Peliputan Berita*. Skripsi (Purwokerto:) hlm. 6

berita. Reporter harus mempunyai kemampuan dalam mengolah informasi tersebut menjadi kalimat yang singkat, padat, jelas, akurat, dan objektif sesuai dengan peristiwa sebenarnya.

Berbagai konten berita yang disuguhkan oleh @kampusijo.pwt diantaranya adalah informasi seleksi ujian masuk IAIN Purwokerto, Pendaftaran KKN, Informasi pembayaran UKT, BTA PPI, Beasiswa, *Ma'had* atau Pondok Pesantren bagi Mahasiswa, Kegiatan mahasiswa, Prestasi Mahasiswa maupun Kampus, dan berita kehilangan.

@kampusijo.pwt adalah akun unofficial kampus yang memiliki followers / pengikut lebih banyak 15.600 dari Instagram resminya @uinsaizu_official 2.837 followers dan paling banyak daripada akun unofficial lainnya seperti akun @insta.uinsaizupwt dengan followers 6.056, @uin.saizu dengan followers 5.824, @uinsaizu.purwokerto 2.039.

Tidak dapat dipungkiri bahwa informasi tersebut pun disediakan oleh IAIN Purwokerto melalui websitenya⁹, namun pada perkembangan zaman yang serba canggih ini *Instagram* dinilai lebih cepat dan efisien dalam pengaksesan berita.

Penulis sudah berusaha mencari informasi mengenai akun instagram resmi kampus melalui bagian UPT Teknologi Informasi dan Pangkalan Data (TIPD) kampus, namun respon yang diberikan pada saat itu kurang baik. Maka, penulis memutuskan untuk meneliti secara mandiri dengan mengamati langsung atau mencari akun instagramnya.

Penulis menemukan bahwa IAIN Purwokerto baru hadir menggunakan instagram di awal tahun 2020 dengan akun Instagram @uinsaizu_official, pun

⁹ <https://iainpurwokerto.ac.id>

saat diobservasi dalam instagramnya tidak begitu update mengenai info dalam kampus, sehingga menurut penulis hal tersebut menjadi suatu hal yang menarik untuk lebih didalami.

@*kampusijo.pwt* memiliki program berita atau konten yang dikemas secara menarik dan dianggap lebih dekat dengan mahasiswa. Berita yang disajikan pun adalah kejadian yang baru saja berlangsung atau baru. Jika ada kegiatan, maka reporter atau admin @*kampusijo.pwt* akan turun mewawancarai sumber berita dan diunggah melalui akun *Instagram* tersebut. Isi berita tersebut pun disajikan secara objektif dan tidak provokatif. @*kampusijo.pwt* senantiasa berusaha menyajikan berita atau konten yang berimbang dan faktual. Hingga saat ini @*kampusijo.pwt* masih setia menyampaikan berita atau konten melalui akun *Instagramnya*.

Selain itu dalam proses peliputan berita diperlukan beberapa usaha kreatif oleh reporter. Karena, tidak menutup kemungkinan seorang reporter terkadang mengalami masalah di lapangan dalam mencari dan memperoleh informasi yang bisa menghambat proses peliputan berita, baik dari sarana prasarana maupun narasumber itu sendiri. Maka dari itu, peliputan berita diperlukan strategi, strategi merupakan faktor yang sangat penting dalam berbagai hal guna mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan dan memperoleh hasil yang baik. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merasa tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi @*kampusijo.pwt* dalam mengolah berita.

B. Penegasan Istilah

Definisi operasional ini dimaksudkan untuk meminimalisir terjadinya kesalahpahaman dalam pembahasan masalah penelitian dan untuk memfokuskan

kajian pembahasan sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, maka definisi operasional penelitian adalah :

1. Strategi Reportase

Strategi merupakan suatu kerangka atau rencana yang disusun untuk mencapai suatu tujuan, dengan mengintegrasikan antara kebijakan-kebijakan dan tindakan atau program organisasi.¹⁰

Menurut Onong¹¹, Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.¹²

Sedangkan kata “reportase” , Sedia Willing (2010:95) mendefinisikan bahwa reportase sebagai suatu laporan mengenai keterangan lanjutan atau suatu kejadian yang sudah banyak diketahui secara luas.

Reportase juga dapat diartikan sebagai laporan atau sesuatu yang lebih luas dari sekitar berita. Selain mengenai berita, reportase juga melaporkan latar belakang, kesimpulan, berbagai alasan dan juga bahkan pendapat mengenai suatu

¹⁰ Ahmad Afandi, *Strategi Dakwah Forum Lingkar Pena (FLP) Cabang Semarang dalam Mengembangkan Jurnalistik Islami di Kota Semarang*. Thesis. (Walisongo: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Walisongo, 2015) Hlm.55. Diambil dari <http://eprints.walisongo.ac.id/3484/>.

¹¹ Onong Uchjana Efendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993) Hlm.300

¹² Siti Aminah Chaniago. Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat. *Jurnal Hukum Islam (JHI)* Vol. 12, No. 1, 2014.(Pekalongan: STAIN , 2014) Hlm. 87. Diambil dari <http://repository.iainpekalongan.ac.id/94/>.

kejadian lama yang pernah diberitakan, keterkaitan fakta, perkiraan atau spekulasi, dan masa depan kejadian.¹³

Dalam skripsi ini, strategi reportase yang dimaksud yaitu suatu rangkaian tentang rencana, persiapan, atau manajemen yang digunakan oleh reporter dalam penyajian berita / konten.

2. Kampusijo.pwt

@*kampusijo.pwt* merupakan media sosio sharing Mahasiswa IAIN Purwokerto yang bergerak di media sosial *Instagram* yang didirikan oleh alumni IAIN Purwokerto yakni Mumtaazun Fadli pada tanggal 15 Desember 2015.¹⁴ @*kampusijo.pwt* berfungsi sebagai media informasi baik dari akademik, kegiatan mahasiswa, atau informasi di luar kampus, serta hiburan yang sehat.

3. Diseminasi

Diseminasi menurut Badudu & Zain (1996:1501) penyebaran adalah proses, perbuatan, cara menyelesaikan, sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata sebar-menyebar (kan) adalah menghamburkan, menyiarkan (berita dan sebagainya). Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan suatu informasi atau berita.¹⁵

Diseminasi (Dissemination) juga dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh informasi, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi

¹³ Rahmi Miftahul, Manajemen Reportase Berita Politik Program Seputar Bandung Raya :Studi Deskriptif tentang Pilgub Jawa Barat 2018 di Bandung TV. (Bandung : UIN Sunan Gunung Djati), 2018, Hlm. 14

¹⁴ Hasil wawancara dengan Mumtaazun Fadli selaku CO akun Instagram @kampusijo.pwt pada tanggal 13 Januari 2020

¹⁵ Awaludin Soheh, dkk.Efektivitas Tabloid Komunika sebagai Media Diseminasi Informasi bagi Pegawai Puslitbang Postel dan Puslitbang Aptel SKDI Badan Litbang SDM DEPKOMINFO. Jurnal Komunikologi Volume 7, No.2, (Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul : 2010) Hlm104. Diambil dari <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/97>

tersebut. Diseminasi merupakan tindak inovasi yang disusun dan disebarkannya berdasarkan sebuah perencanaan yang matang dengan pandangan jauh ke depan baik melalui diskusi atau forum lainnya yang sengaja diprogramkan, sehingga terdapat kesepakatan untuk melaksanakan inovasi.¹⁶

4. Kegiatan Mahasiswa

Pengertian atau definisi Mahasiswa dalam peraturan pemerintah RI No. 30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu. Selanjutnya menurut Sarwono (1978) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun.¹⁷

Mahasiswa memiliki keunggulan seperti; unggul dalam bidang akademik, pengabdian kepada masyarakat, pengetahuan, sikap, keterampilan, dan berkeadaban sehingga mahasiswa memiliki nilai kompetisi yang tinggi.

Aktivitas atau kegiatan mahasiswa dimulai dari pembelajaran mata kuliah sejak pagi hingga sore, mengikuti beragam unit kegiatan mahasiswa atau organisasi kemahasiswaan. Banyak mahasiswa yang hanya mengikuti pembelajaran mata kuliah saja, atau biasa disebut sebagai mahasiswa kupu-kupu namun tak sedikit juga mahasiswa yang mengikuti berbagai lembaga kemahasiswaan baik intra atau ekstra kampus sebagai wadah mengasah dan mengembangkan kemampuan diri.

¹⁶ Halid, Dwi Styaningsih, *Diseminasi Informasi Vasektomi oleh Badan Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Masyarakat pada Pria Dewasa di Kota Malang*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2017) hlm. 22 , diambil dari: <http://eprints.umm.ac.id/35141/3/jiptumpp-gdl-dwistyanin-46971-3-babii.pdf> , diakses pada tanggal 25 Juli 2019, Jam 09.53

¹⁷ Juliana Kurniawati, dkk. Literasi Media Digital Mahasiswa Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator* Volume No.8 No. 2 (Bengkulu : Jurnal Komunikator Universitas Muhammadiyah Bengkulu, 2016). Hlm. 54. Diambil dari <http://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2069>

Organisasi kemahasiswaan dalam buku panduan akademik IAIN Purwokerto¹⁸ adalah organisasi intra kampus yang merupakan kelengkapan non-struktural. Organisasi kemahasiswaan diselenggarakan sebagai wahana proses pendidikan kepada mahasiswa menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik secara profesional, yang mampu menerapkan, mengembangkan, dan menciptakan ilmu keislaman, teknologi, dan seni yang berlandaskan Islam.

Jadi, maksud judul skripsi ini adalah mencari suatu informasi yang nantinya bisa dijadikan sebuah berita yang diambil dari suatu peristiwa yang terjadi di sekitarnya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Reportase Admin @*kampusijo.pwt* dalam Diseminasi Konten Kegiatan Mahasiswa IAIN Purwokerto?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui Strategi Reportase Admin @*kampusijo.pwt* dalam Diseminasi Konten Kegiatan Mahasiswa IAIN Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat di antaranya adalah :

- a. Menambah khazanah keilmuan khususnya di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam mengenai proses peliputan berita di media sosial *Instagram*.

¹⁸ Luthfi Hamidi, dkk. *Panduan Akademik Program Strata I (S.I)*. IAIN Purwokerto.(Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2018) Hlm.99

- b. Memberi pemahaman kepada khalayak umum tentang Strategi Reportase Admin @kampusijo.pwt dalam diseminasi konten kegiatan mahasiswa IAIN Purwokerto sehingga mahasiswa dan awam mengetahui informasi dengan sumber yang transparan, serta menjadi pemantik positif dalam menggunakan media sosial.
- c. Hasil studi ini merupakan bentuk kontribusi yang positif dan referensi bagi seluruh elemen yang ada di Perguruan Tinggi atau Universitas lain dalam berkomunikasi terutama di media sosial. Diharapkan hasil penelitian ini. dapat menjadikan perbaikan dan informasi kepada semua pihak

E. KAJIAN PUSTAKA

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa penelitian ini berhubungan dengan peliputan berita, maka penulis menyertakan beberapa penelitian dengan permasalahan sejenis sebagai referensi dalam menyusun penelitian yang berjudul “Strategi Reportase Admin Instagram @kampusijo.pwt dalam Diseminasi Konten Kegiatan Mahasiswa IAIN Purwokerto”. Penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

“Manajemen Reportase Berita Politik Program Seputar Bandung Raya (Studi Deskriptif Pemilihan Umum Gubernur Jawa Barat di Bandung TV)”, Skripsi ini ditulis oleh Miftahul Rahmi (1144050079 Tahun 2018/2019) mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Ilmu Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati, Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah proses pengolahan berita sebelum disiarkan kepada masyarakat meliputi tahapan-tahapan seperti *Pertama*, tahap penentuan berita. *Kedua*, pemilihan judul dan isi

berita dan pengeditan naskah berita. *Ketiga*, pemilihan sumber berita harus sesuai dengan isu yang dibahas. *Keempat*, pemilihan visual berita yang harus sesuai dengan isi berita dan mempunyai pesan tersirat.¹⁹

Penelitian berbeda dengan penelitian yang peneliti lakukan, hanya menggunakan pendekatan yang sama, yaitu pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian Miftahul Rahmi membahas manajemen reportase sedangkan penelitian yang penulis lakukan membahas tentang strategi reportase admin instagram @kampusijo.pwt dalam diseminasi konten kegiatan mahasiswa IAIN Purwokerto. Lokasi penelitiannya pun berbeda, skripsi Miftahul Rahmi bertempat di Bandung TV, sedangkan lokasi penelitian yang peneliti lakukan belum memiliki base resmi karena admin masih berstatus mahasiswa dan masih berubah-ubah tempatnya.

“Reportase Pemberitaan Radio Elshinta Bandung: Studi Deskriptif Program Elshinta News and Talk”. Skripsi ini disusun oleh Rusdiana Wahyunita Sari, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung lulusan tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknik pencarian berita yang dilakukan meliputi proses perencanaan (news planning) dalam peliputan berita yang mengumpulkan penentuan isu, perencanaan topik, strategi peliputan dalam melakukan pencarian berita, selanjutnya reporter segera mendapatkan detail dari suatu berita, proses pengumpulan bahan berita (news hunting) dalam peliputan berita yang meliputi penggalian data, teknik peliputan berita proses (news editing) dalam pelaksanaan editing yaitu penyuntingan hasil liputan guna memperlancar proses produksi

¹⁹ Miftahul Rahmi, *Manajemen Reportase Berita Politik Program Seputar Bandung Raya (Studi Deskriptif Pemilihan Umum Gubernur Jawa Barat di Bandung TV)*. (Bandung : UIN Sunan Gunung Djati, 2018)

berita, pemilihan kata atau diksi, sudut pandang berita, dan penerapan bahasa jurnalistik.²⁰

Skripsi yang disusun oleh Rusdiana Wahyunita Sari berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan. Dari pembahasannya, penelitian Rusdiana Wahyunita Sari lebih menekankan pada teknik pencarian pada Radio Elshinta Bandung. Subjek penelitiannya pun juga berbeda, dimana penulis menjadikan admin instagram @kampusijo.pwt sebagai subjek penelitiannya.

“Manajemen Reportase Berita Politik Program Seputar Bandung Raya: Studi deskriptif tentang Pilgub Jawa Barat 2018 di Bandung TV”, Skripsi ini disusun oleh Miftahul Rahmi mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Ilmu Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati lulusan tahun 2019. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian ini ada beberapa tahapan. Pertama, proses penentuan berita pemilu Jabar ditentukan oleh redaksi. Kedua, proses pemilihan judul dan isi dilakukan oleh reporter, kemudian redaktur akan mengedit naskah tersebut. Ketiga, pemilihan sumber berita harus sesuai dengan isu yang dibahas. Keempat, proses pemilihan visual berita harus sesuai dengan isi berita dan mempunyai pesan tersirat kepada masyarakat.²¹

Penelitian yang akan peneliti lakukan berbeda dengan penelitian Miftahul Rahmi, meskipun sama-sama menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian yang dilakukan peneliti lebih kepada bagaimana strategi reportase yang digunakan oleh seorang admin / reporter dalam peliputan berita, subjek penelitiannya pun

²⁰ Rusdiana Wahyunita Sari. *Reportase Pemberitaan Radio Elshinta Bandung: Studi Deskriptif Program Elshinta News and Talk*.(Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2019)

²¹ Aulia Istiqayana, *Strategi Wartawan dalam Pencarian Berita pada Portal Berita Online Purbalingga Times*,(Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2019), <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/5564>

berbeda karena penulis memilih akun Instagram @kampusijo.pwt sedangkan Miftahul Rahmi memilih Bandung TV.

Dari hasil penelusuran yang penulis lakukan ada perbedaan penelitian dengan beberapa hasil penelitian terdahulu antara lain pada aspek variabel yang diteliti, lokasi penelitian, dan aspek waktu penelitian.

Dengan adanya beberapa hasil penelitian terdahulu, maka dapat dijadikan sebagai referensi bagi penulis. Hal itu disebabkan karena beberapa hasil penelitian terdahulu memiliki keterkaitan dalam beberapa hal yang menyangkut sebagai variabel yang diteliti. Akhirnya penulis dapat menyimpulkan bahwa penelitian yang akan penulis lakukan berbeda dengan penelitian yang sudah ada.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi ini, maka dalam sistematika penulisan, peneliti membagi dalam lima bab.

Bab Pertama berisi Pendahuluan, yang memuat latar belakang masalah, penegasan istilah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab Kedua berisi Landasan Teori, yang memuat tentang strategi reportase, media sosial, instagram, dan kemahasiswaan.

Bab Ketiga berisi Metode Penelitian, dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

Bab Keempat berisi Hasil Penelitian, dalam bab ini memuat tentang gambaran umum @kampusijo.pwt , sejarah singkat, visi-misi, tujuan, struktur

admin, penyajian data, analisis strategi reportase admin @*kampusijo.pwt* dalam diseminasi konten kegiatan mahasiswa IAIN Purwokerto.

Bab Kelima berisi Kesimpulan, dalam bab ini memuat tentang kesimpulan, dan saran-saran. Pada bagian akhir skripsi memuat daftar pustaka , dan lampiran-lampiran.



BAB II

STRATEGI REPORTASE, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, DAN KEMAHASISWAAN

A. Strategi Reportase

1. Pengertian Strategi

Menurut Pearce dan Robinson (1997) strategi adalah ‘rencana main’ suatu perusahaan. Strategi mencerminkan kendaraan perusahaan mengenai bagaimana, kapan dan dimana ia harus bersaing menghadapi lawan dan dengan maksud dan tujuan untuk apa.²²

Strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai suatu sasaran khusus.²³ Adapun strategi menurut Morissan adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi.²⁴

Suatu strategi juga merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi, dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak.²⁵

²² Iqbal Arraniri, *Manajemen Strategi*, (Sukabumi : Al Fath Zumar, 2014) Hlm. 5

²³ Tim Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga*. (Jakarta : Balai Pustaka, 2007) Hlm. 1029

²⁴ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Perdana Media Grup, 2008) Hlm. 136

²⁵ Laila Nur Salsabila, *Strategi Reporter RRI Purwokerto dalam Peliputan Berita*, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2018) Hlm. 20

2. Pengertian Reportase

Sedia Willing (2010:95) mendefinisikan reportase sebagai suatu laporan mengenai keterangan lanjutan atau suatu kejadian yang sudah banyak diketahui secara luas.

Kamus Bahasa Indonesia (KBI) mengartikan reportase sebagai “pemberitaan”, “pelaporan”, dan “laporan kejadian (berdasarkan pengamatan atau sumber tulisan).”²⁶

Reportase merupakan kegiatan dari dunia jurnalistik, berupa pencarian data dan fakta secara mendalam sehingga dapat mengantarkan masyarakat kepada satu kesimpulan yang utuh. Reportase juga sering dikatakan sebagai sebuah kegiatan berupa pemberitaan yang disajikan secara lengkap tentang suatu fakta dari peristiwa yang dilihat langsung di lapangan. Hal yang biasa diberitakan di dalam sebuah reportase adalah fakta-fakta lapangan yang terjadi pada peristiwa tersebut. Selain fakta lapangan, hal yang dapat diberitakan dalam reportase adalah hasil investigasi yang telah dilakukan sebelumnya.

3. Strategi Reportase

Strategi reportase adalah cara mencari, menemukan, atau mengumpulkan bahan berita (news gathering/collecting). Efektivitas dan keberhasilan dari suatu liputan berita sebagian besar tergantung kepada mereka yang bekerja di lapangan. Ujung tombak dari suatu program yang terdiri dari reporter dan juru kamera akan menentukan kualitas berita yang disampaikan.

²⁶ Kbbi.web.id

Seorang reporter dalam menjalankan tugasnya terutama dalam melakukan reportase berita menggunakan teknik berikut ini :²⁷

1. Observasi, yaitu terjun langsung ke lokasi peristiwa dengan tujuan reporter dapat melihat langsung kejadian/peristiwa, sehingga berita yang disampaikan tersebut nyata dan konkrit.
2. Riset data, melalui riset data seorang reporter dapat melihat arsip data dan fakta peristiwa yang sedang terjadi, sehingga akan menjadi sumber utama dalam memberikan dan menyampaikan berita yang akurat.
3. Wawancara, yaitu menggali informasi dari narasumber yang terkait dengan berita yang akan dibuat sesuai dengan peristiwa yang terjadi. Kegiatan observasi, riset data peristiwa, dan wawancara, mempunyai tujuan utama yaitu untuk mengumpulkan setidaknya data-data yang terdiri dari 5W+1H, yaitu *What*: Peristiwa apa yang sedang terjadi?, *Who*: Siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut?, *When*: Kapan terjadi peristiwa tersebut?, *Where*: dimanakah peristiwa tersebut terjadi?, *Why*: Mengapa peristiwa tersebut terjadi?
4. Menyampaikan hasil reportase secara langsung melalui praktik reportase.

Agar dapat menyampaikan berita reportase dengan baik, seorang reporter harus mengetahui prinsip-prinsip penulisan berita yang jelas, yaitu sebagai berikut :

1. Menggunakan kalimat pendek
2. Mengutamakan kesederhanaan dan menghindari kompleksitas

²⁷ Eva Harista, Peningkatan Keterampilan Berbahasa melalui Teknik Reportase Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan Vol. 9, no.1 (Bangka Belitung : 2018) Hlm. 46

3. Menggunakan kata-kata yang sudah dikenal serta sesuai dengan kaidah bahasa yang baik dan benar
4. Menghindari kata-kata yang tidak perlu
5. Menggunakan kalimat aktif
6. Ditulis seperti layaknya orang berbicara
7. Menggunakan istilah / terminologi yang bisa dipahami khalayak
8. Dikaitkan dengan pengalaman khalayak
9. Menggunakan bahasa yang variatif

B. Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui (Laughey, 2007); McQuail, 2003). Ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana yang disertai dengan teknologinya.²⁸ Sedangkan menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial (the social as social facts) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (software) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. (Durkheim, 192;59 dalam Fuchs. 2014;38).²⁹

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.³⁰

²⁸ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*,(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015). Hlm.3

²⁹ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*,(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015). Hlm.7

³⁰ Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia, *Jurnal Publiciana*, Volume 9 No.1, 2016 (Tulungagung : Universitas Tulungagung) Hlm. 140

Media sosial dapat diartikan juga sebagai *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Van Dijk (2013).³¹

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenli, media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. Sedangkan media sosial menurut Henderi, dkk adalah situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.³²

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.³³

Menggunakan media internet sekarang menjadi trend dan dipandang sangat ketinggalan jika media ini tidak digunakan. Kementerian, perusahaan, organisasi masyarakat, atau lembaga-lembaga sosial lainnya berlomba-lomba

³¹ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015). Hlm.11

³² Arum Wahyuni Purbohastuti, Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi, *Jurnal Ekonomika* Volume 12 No.2, 2017 (Banten : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa) hlm. 214

³³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Prosedur, Tren, dan Etika*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm.11

memasang web dalam internet dengan tampilan visual yang menarik. Tujuannya untuk pencitraan dan penyebarluasan informasi tentang program-program yang mereka tawarkan.

Adapun beberapa kelebihan media sosial dengan media konvensional antara lain:³⁴

1. Cepat, ringkas, padat dan sederhana. Kalau kita lihat, setiap produksi media konvensional membutuhkan keterampilan khusus, standar yang baku dan kemampuan marketing yang unggul. Sebaliknya, media sosial begitu mudah digunakan, bahkan pengguna tanpa basis pengetahuan Teknologi Informasi (TI) pun dapat menggunakannya. Yang diperlukan hanya komputer, tablet, *smartphone*, ditambah koneksi *internet*.
2. Menciptakan hubungan lebih intens. Media-media konvensional hanya melakukan komunikasi satu arah. Untuk mengatasi keterbatasan itu, media konvensional mencoba membangun hubungan dengan model interaksi atau koneksi secara *live* melalui *telephone*, *sms* atau *twitter*. Sedangkan media sosial memberikan kesempatan yang lebih luas kepada *user* untuk berinteraksi dengan mitra, pelanggan, dan relasi, serta membangun hubungan timbal balik secara langsung dengan mereka.
3. Jangkauan luas dan global. Media-media konvensional memiliki daya jangkau secara global, tetapi untuk menopang itu perlu biaya besar dan membutuhkan waktu lebih lama. Sedangkan melalui media sosial, siapa pun bisa mengkomunikasikan informasi secara cepat tanpa hambatan geografis. Pengguna media sosial juga diberi peluang yang besar untuk

³⁴Apri Wijayanti, *Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram*, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2019) hlm. 37-38

mendesain konten, sesuai dengan target dan keinginan ke lebih banyak pengguna.

4. Kendali dan terukur. Dalam media sosial dengan sistem *tracking* yang tersedia, pengguna dapat mengendalikan dan mengukur efektivitas informasi yang diberikan melalui respons balik serta reaksi yang muncul. Sedangkan pada media-media konvensional, masih membutuhkan waktu yang lama.

Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial sebagai berikut:³⁵

1. Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web
2. Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* ("one to many") menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience* ("many to many")
3. Sosial media mendukung demokratis pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri

Fungsi-fungsi media sebagaimana selama ini didapat dari media tradisional, juga telah bertambah bisa didapat di internet. Misalnya, media televisi menyediakan program yang bertujuan membuat penonton terhibur. Kehadiran YouTube memberikan alternatif pilihan untuk menyaksikan

³⁵ Fahlepi Roma Doni, Perilaku Penggunaan Media Sosial pada Kalangan Remaja, Indonesian Journal on Software Engineering, 2017 (AMIK BSI Purwokerto) hlm. 2

tayangan audio-visual yang bersaing dengan program di televisi tersebut. Tidak hanya itu, waktu yang disediakan, sumber yang tanpa batas, serta bisa diakses kapan dan di mana saja, menyebabkan kehadiran internet dan media-media di dalamnya, seperti media sosial (*social media*) menjadi lebih mendominasi.³⁶

Media sosial memiliki fungsi utama yaitu sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain.³⁷ Media sosial dinilai sebagai media yang mudah dan murah diakses, menjadikan hal tersebut digunakan oleh beberapa kelompok untuk membuat media sosial menjadi “penyedia informasi” atau adanya Instagram @kampusijo.pwt misalnya, untuk menjadikan media sosial sebagai media informasi bagi mahasiswa IAIN Purwokerto.

C. Instagram

Instagram menurut Atmoko (2012:3) adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Jejaring sosial ini diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjangkau 25ribu pengguna di hari pertama.³⁸

Menurut Bambang, *Instagram* adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir mirip sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat

³⁶ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015). Hlm.2

³⁷ Ahmad Setiadi. Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora*. (AMIK BSI Karawang : 2016). hlm 4 diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>

³⁸ [http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/102888/bab I/analisis-pengaruh-user-experience-terhadap-kepuasan-pengguna-jejaring-sosial-instagram-di-kota-bandung-pada-tahun-2013.pdf](http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/102888/bab%20I/analisis-pengaruh-user-experience-terhadap-kepuasan-pengguna-jejaring-sosial-instagram-di-kota-bandung-pada-tahun-2013.pdf)

untuk berbagi informasi terhadap penggunanya, instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik, dan menjadi lebih bagus.(Atmoko,2010:10)³⁹

Sedangkan menurut Albarran (2013), media sosial Instagram merupakan situs jejaring sosial untuk berbagi foto yang dibuat pada Oktober 2010. Pengguna media sosial Instagram dapat mengambil foto, mengeditnya dengan menggunakan efek yang tersedia, dan membagikan foto mereka ke situs jejaring sosial. Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*, yang sangat berbeda dengan aspek 16:9 sekarang, biasanya digunakan oleh kamera ponsel. (Salbino: 2014).

1. Fitur Instagram

Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, fitur yang dimiliki instagram antara lain sebagai berikut:⁴⁰

- a. Mengedit foto dan video, memberikan caption, memberi tag, serta mengunggah foto atau video tersebut ke akun instagram
- b. Membagikan sejumlah foto dan video lewat fitur instagram story, yang akan hilang setelah 24 jam
- c. Fitur live streaming dimana kamu bisa membagikan kegiatanmu kepada teman dan *followers*

³⁹ <http://eprints.walisongo.ac.id/6462/3/BAB%2011.pdf>

⁴⁰ Apri Wijayanti, *Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram*, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2019) hlm.39-40

- d. Mengirim pesan teks, foto atau video ke teman dan kelompokmu melalui fitur *Instagram Direct*
- e. Menonton *instagram story* dan video *live streaming* dan orang-orang yang kita *follow* di *instagram*
- f. Melihat foto dan video milik orang lain dengan mudah
- g. Memberikan tanda *like* dan komentar di postingan milik orang lain
- h. Mengikuti atau memblokir akun tertentu
- i. Fitur *last seen* seperti yang dimiliki aplikasi *Whatsapp*. Pengguna bisa mengetahui kapan tepatnya pengguna lain terakhir kali membuka *instagram*
- j. Fitur *type*, merupakan fitur dimana pengguna bisa membagikan cerita dengan menggunakan tulisan yang dilengkapi dengan foto latar belakang berwarna
- k. Fitur *simpan* atau *bookmark*, jika kamu menyukai postingan tertentu, kamu bisa menyimpannya agar lebih mudah untuk melihatnya di lain kesempatan dengan cara mengklik simbol *bookmark* pada foto tersebut

2. Kelebihan dan Kekurangan Instagram

Berikut ini kelebihan dan kekurangan dari Instagram :⁴¹

A. Kelebihan

- 1) Mampu bersifat privasi

Jika kita menerapkan privat akun, maka profil Instagram kita terkunci dan hanya bisa dilihat oleh orang-orang yang mengikuti berdasarkan persetujuan kita sendiri

⁴¹ <https://exrush.com/kelebihan-dan-kekurangan-instagram-dibandingkan-media-sosial-lainnya/>

2) Memiliki beberapa fitur menarik

Disamping kita bisa mengepost foto atau video yang dimiliki, *Instagram* juga menyediakan berbagai macam editan serta stiker-stiker menarik yang mampu mempercantik postingan *Instagram* kita

3) Menyediakan akun bisnis

Bagi yang menekuni bidang bisnis online, kelebihan *instagram* ini sangat bermanfaat. Karena, dilengkapi dengan fitur-fitur seperti layanan iklan dengan jangkauan lebih luas

4) Didistribusikan secara gratis

Instagram didistribusikan secara gratis dan dapat dipasang di segala jenis *smartphone*.

B. Kekurangan

IAIN PURWOKERTO

1) Konteksnya terbatas

Konteksnya hanya memuat foto dan video. Pengguna harus benar-benar mampu membuat konten yang menarik baik dengan foto dan video.

2) Kualitas unggahan yang menurun

Dalam *Instagram*, jika pengguna ingin memposting foto, maka skala kualitas gambar kecil, sehingga gambar tidak begitu jelas. Begitupun dalam video, *Instagram* hanya menyediakan durasi selama satu menit saja.

3) Harus diupdate secara berskala

Untuk mendapatkan fitur-fitur terbaru, *Instagram* harus diupdate secara berskala. Rata-rata pengupgradean ini dilakukan sebulan

sekali dan tentunya membutuhkan ruang penyimpanan yang lebih besar pula dalam setiap pembaharuannya.

Instagram hadir sebagai *new media* atau media baru. Pertiwi (2018)⁴² dalam kompas.com menyampaikan “Berdasarkan riset yang dilakukan *Instagram* dan firma konsultan bisnis IPSOS, 52 persen UKM Indonesia memilih *Instagram* sebagai medium promosi untuk mengarahkan pelanggan ke situs web mereka. Data itu dihimpun dari 3.000 pengguna *Instagram* dan 500 UMKM dari seluruh Indonesia. Hasil survey tersebut juga menunjukkan bahwa 81 persen pengguna *Instagram* di Indonesia menggunakan *Instagram* untuk mencari informasi ketika tertarik pada sebuah produk atau merk. Indonesia menjadi satu dari lima negara yang memiliki jumlah pengguna *Instagram* bisnis terbesar di dunia. Hal itu cukup menjadi modal bagi para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk mengekspansi bisnis mereka. Dalam kaitannya dengan *Instagram* @kampusijo.pwt, pun berlaku hal yang sama, @kampusijo.pwt memiliki jumlah pengguna *Instagram* atau *followers* yang cukup banyak dan menjadi media penyedia informasi perkampusan kepada para pengguna media sosial *Instagram*. Adapun Menurut Ferdy Nandes, *Head of Emerging Business & SMBs, Facebook & Instagram South-East Asia*, setidaknya ada enam fitur *Instagram* yang bisa dimaksimalkan pelaku UMKM untuk memaksimalkan bisnisnya :

1. Insight

Fitur “audience insight” akan memberikan masukan bagi pengguna *Instagram* bisnis untuk menganalisis siapa saja yang masuk ke profil bisnisnya. Seperti informasi demografi, usia, serta minat

⁴² Diah pradiatiningtyas. Peran *Instagram* sebagai Pemasaran Digital Kain Tenun Lurik ATBM Klaten. *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*. Volume 12 No.1. 2015 (Yogyakarta : Universitas Bina Sarana Informatika) hlm. 5 diambil dari : speed.web.id/jurnal/index.php/speed/article/view/626

konsumen terhadap bisnisnya. Ini akan membantu para pelaku UKM untuk mengetahui preferensi konsumen. Data tersebut bisa menjadi patokan para pelaku bisnis untuk membuat konten yang disesuaikan dengan target pasar mereka.

2. Auto Reply

Tipe konsumen Indonesia memiliki ciri khas yang unik dalam komunikasi yang disebut "*social-commerce*". Konsumen sangat menggandrungi chatting dengan menanyakan berbagai macam informasi, termasuk yang tertera.

3. Filter Inbox

Fitur ini bisa memudahkan pengguna untuk menyaring pesan yang masuk. Pengguna bisa menandai beberapa pesan masuk untuk menentukan mana yang harus ditinjau ulang dan mana yang sekedar lewat melihat-lihat. Filter ini juga bisa menyaring pesan mana saja yang belum sempat dibaca untuk menjaga "*engagement*" antara pebisnis dan pelanggannya.

4. Stories

Fitur satu ini bisa menjadi alat promosi cukup menarik. Menurut Instagram, setiap harinya ada 400 juta *Instagram Stories* yang *bersliweran*. Indonesia disebut menjadi negara dengan jumlah kreator Instagram Stories terbanyak di dunia. Secara global, 52 persen pengguna Instagram mengaku lebih tertarik terhadap sebuah brand atau bisnis setelah melihat konten di Stories.

5. Siaran Langsung (*Live*)

Selain *Instagram Stories*, fitur siaran langsung juga menarik perhatian calon pembeli. Instagram mengklaim bisnis yang melakukan siaran langsung mendapat “like” 1,5 kali lebih banyak dibanding akun yang belum pernah melakukan live sama sekali. Konten siaran langsung bisa beragam. Menurut Mike Bronfin, Product Marketing Manager, Instagram Business Platform, cerita di balik layar cukup banyak menarik perhatian pelanggan. Seperti misalnya cerita di balik pembuatan menu makanan atau batik.

6. Tagar atau Hastag

Salah satu fakta menarik adalah, dua dari tiga kunjungan profil Instagram Bisnis berasal dari *non-followers*. Mereka memanfaatkan tagar atau hastag untuk mencari produk atau jasa yang diincarnya. Tagar bermanfaat untuk mencari calon pelanggan dan inspirasi produk atau berkolaborasi dengan kreator lain. Pelaku bisnis sebisa mungkin membuat tagar yang unik dan sesuai dengan karakter bisnisnya.

D. Kemahasiswaan

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institute dan universitas.⁴³

Menurut Siswoyo,⁴⁴ mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.

⁴³ Numaini Kurnia, *Motivasi Berprestasi Mahasiswa Penyandang Tunadaska*, 2014, Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, hlm.18

⁴⁴ *Ibid.*, hlm.19

Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa. Sedangkan kemahasiswaan dengan imbuhan kata *ke* dan *an* berarti seluk-beluk mahasiswa, yang bersangkutan dengan mahasiswa.⁴⁵

Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Tetapi pada dasarnya makna mahasiswa tidak sesempit itu. Terdaftar sebagai mahasiswa di sebuah Perguruan Tinggi hanyalah syarat administratif menjadi mahasiswa, tetapi menjadi mahasiswa mengandung pengertian yang lebih luas dari sekedar masalah administratif itu sendiri.

IAIN PURWOKERTO

Peran dan fungsinya pun tidak sederhana, mahasiswa dituntut sebagai:⁴⁶

1. Direct of Change, mahasiswa bisa melakukan perubahan langsung karena sumber daya manusianya yang banyak
2. Agent of Change, mahasiswa merupakan agen perubahan, yakni sebagai sumber daya manusia untuk melakukan perubahan
3. Iron Stock, sumber daya manusia dari mahasiswa tidak pernah habis
4. Moral Force, mahasiswa merupakan kumpulan orang yang memiliki moral yang baik
5. Sosial Control, mahasiswa sebagai control sosial yang dilakukan masyarakat. Bahwa keberadaannya tidak hanya bermanfaat bagi diri

⁴⁵ <https://kbbi.web.id/>

⁴⁶ <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-mahasiswa/>

sendiri akan tetapi juga harus membawa manfaat bagi lingkungan sekitar.

Perguruan tinggi memiliki lembaga kemahasiswaan intra dan ekstra, yang merupakan salah satu bagian dari sub sistem pendidikan tinggi dan tidak terlepas dari kebijaksanaan umum sistem pendidikan.

Lembaga Kemahasiswaan merupakan organisasi intra kemahasiswaan di perguruan tinggi. Ada dua macam Lembaga Kemahasiswaan, yaitu Badan Eksekutif Mahasiswa dan Senat Mahasiswa (SEMA).

Berdasarkan Surat Keputusan Mendikbud nomor 155/U/1998 tentang Pedoman Umum Organisasi Kemahasiswaan di Perguruan Tinggi, bahwasanya Organisasi Kemahasiswaan Intra adalah wahana dan sarana pengembangan diri mahasiswa ke arah perluasan wawasan dan peningkatan kecendekiawanan serta integritas kepribadian untuk mencapai tujuan pendidikan tinggi.⁴⁷

IAIN PURWOKERTO

⁴⁷ http://simpuh.kemenag.go.id/regulasi/kepmendikbud_155_98.pdf

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, dimana pendekatan Kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau sering juga disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh. Pendekatan Kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna.⁴⁸ Dan menggunakan jenis Penelitian Lapangan (*Field Research*), di mana data akan dikumpulkan dengan cara melakukan studi mendalam (*in depth study*) terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan gambaran yang lengkap dan terorganisasikan mengenai subjek penelitian.⁴⁹

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Tempat yang digunakan untuk penelitian ini adalah media sosial instagram.

Waktu penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan mulai tanggal 10 Januari tahun 2021 sampai 30 Juni tahun 2021.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013). Hlm 8-9

⁴⁹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1994), hlm. 22-23.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti atau diharapkan informasinya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu orang atau apa saja yang menjadi pusat perhatian atau sasaran penelitian.⁵⁰

Subyek penelitian ini adalah Admin @*kampusijo.pwt*, dan Mahasiswa.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah masalah-masalah yang menjadi fokus penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Strategi Reportase Admin @*Kampusijo.pwt* dalam Diseminasi Konten Mahasiswa IAIN Purwokerto.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan.⁵¹

Sumber-sumber yang digunakan oleh peneliti dalam menyusun skripsi ini adalah buku-buku, jurnal online, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah lain, suatu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT Asdi Mahatsa. 2002), hlm.122

⁵¹Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2012), hlm. 291.

wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek yang lain.⁵²

Sedangkan jenis observasi yang penulis lakukan adalah observasi *unsystematic*, yaitu dilakukan tanpa adanya persiapan yang sistematis atau terencana tentang apa yang akan diobservasi karena selama penelitian ini berlangsung, situasi di negeri ini sedang terjadi musibah dengan adanya pandemi covid-19 sehingga kegiatan mahasiswa pun harus diberhentikan terlebih dahulu dan diganti secara virtual, sedangkan informasi perkampusan diambil dari website kampus.

b. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *indepth interview* (wawancara lebih mendalam), yakni metode yang selaras dengan perspektif interaksionisme simbolik, karena hal tersebut memungkinkan pihak yang diwawancarai untuk mendefinisikan dirinya sendiri dan lingkungannya, untuk menggunakan istilah-istilah mereka sendiri mengenai fenomena yang diteliti, tidak sekadar menjawab pertanyaan. Di sisi lain wawancara jenis ini dapat dilaksanakan dalam suasana akrab. Wawancara digunakan untuk mendapatkan data berkaitan dengan kebijakan-kebijakan dan untuk mempertajam data-data yang didapat melalui observasi.⁵³

Teknik wawancara ini digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data utama dalam rangka untuk mendapatkan informasi, data untuk meyakinkan atau

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.(Bandung: Alfabeta, 2013). Hlm 145

⁵³ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*.(Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002). Hlm. 85

memperkuat skripsi yang penulis buat. Keterangan yang berkaitan dengan persoalan yang penulis teliti dari hasil wawancara kepada admin dan pengurus, mahasiswa.

Sedangkan teknik wawancara yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, dimana pertanyaan yang diajukan telah dipersiapkan terlebih dahulu agar wawancara nantinya berlangsung dengan sistematis. Adapun yang menjadi aspek penelitian ini adalah Strategi Reportase Admin Instagram @kampusijo.pwt dalam Diseminasi Konten Kegiatan Mahasiswa IAIN Purwokerto.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, leger, agenda, dan lain sebagainya. Fungsi dari dokumentasi adalah untuk menguatkan hasil penelitian dari observasi atau wawancara agar data yang diperoleh lebih kredibel dan dapat dipercaya.⁵⁴

Metode ini penulis gunakan untuk meneliti data-data berupa catatan-catatan, foto / *audio recorder* yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu Strategi Reportase Admin @kampusijo.pwt dalam Diseminasi Konten Kegiatan Mahasiswa IAIN Purwokerto. Selain itu, teknik dokumentasi ini penulis gunakan pula untuk memperoleh data-data tentang profil Instagram @kampusijo.pwt, sejarah dibentuknya, visi dan misi, struktur pengelola, dan profil pengelolanya.

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 329.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga kita dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁵⁵

Dalam menganalisis data yang diperoleh, peneliti menggunakan analisis kualitatif, yaitu teknik penganalisisan data yang bersifat non statistic atau metode deskriptif. Teknik tersebut merupakan analisis data yang bertujuan pada proses penggalian makna, penggambaran, penjelasan dan penempatan data pada konteksnya masing-masing. Dalam uraian data ini berupa kalimat bukan angka atau table. Untuk itu data yang diperoleh harus terorganisir dalam struktur yang mudah dipahami dan diuraikan.⁵⁶

Dari data yang diperoleh, maka dilakukan analisis dengan menggunakan tiga langkah, yaitu :

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan. Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data yang pokok dan penting serta membuat kategorisasi.

Dengan reduksi data ini, penulis akan memilih dan memfokuskan data-data yang pokok yang didapat dari hasil pengamatan secara langsung di media

⁵⁵ Moleong Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2001) hlm. 42

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RN*, (Bandung: Alfabeta. 2010) hlm. 30

sosial instagram yang berkaitan dengan etika komunikasi kemudian merangkumnya dengan data-data yang sesuai.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

Melalui penyajian data, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Setelah penulis mereduksi data yang diperoleh di lapangan, kemudian data disajikan bentuk teks naratif. Hal ini dimaksudkan agar data tersebut dapat lebih mudah dipahami dan juga memudahkan penulis dalam merencanakan dan menyusun langkah yang selanjutnya.

c. Kesimpulan verifikasi

Yaitu menarik kesimpulan dari data-data yang dikelompokkan. Pada konklusi data peneliti mengumpulkan data-data untuk mendukung kesimpulan awal, sehingga kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵⁷

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.⁵⁸

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*, (Bandung: Alfabeta. 2010) hlm. 34

⁵⁸ Fitrotul Arisma Aulia. *Strategi Dakwah Komunitas One Day One Juz (ODOJ) di Cilacap*. (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2016) Hlm.61

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Akun Instagram @kampusijo.pwt

Akun Instagram @kampusijo.pwt dibuat pada tanggal 15 Desember 2015 oleh seorang mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) pada zamannya yaitu Mumtazun Fadli atau sapaan akrabnya "Minjo". Dia lahir di Banyumas, 30 Mei 1991. Pada saat itu, Minjo merasa masih minimnya akses informasi mahasiswa yang dirasa lebih cepat dan menjangkau secara luas, sedangkan mahasiswanya akan terus membutuhkan informasi tentang kampus, atau bahkan dari masyarakat luar yang membutuhkan informasi seputar IAIN Purwokerto. Menurutnya media informasi mainstream yang ada di kampus pada saat itu dinilai pasif / tidak rutin memberikan informasi. Bahkan penyedia informasi pada saat itu belum maksimal memanfaatkan media sosial untuk membagikan informasi yang lebih cepat. Adapun segala informasi harus dicari melalui website yang membutuhkan waktu untuk mengaksesnya seperti login menggunakan data mahasiswa dan lain sebagainya.

Akun instagram @kampusijo.pwt pada saat itu dirintis bersama dua mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Ada yang bertugas sebagai reporter dan admin. @kampusijo.pwt tidak memiliki basis offline karena pengelola instagram tersebut masih berstatus mahasiswa.

Saat ini Mumtazun Fadli bersama dengan admin barunya yang bernama Firman. Dia lahir di Banyumas, 22 Januari 1996. Jobdesknya di @kampusijo.pwt sebagai admin dan reporter.

Akun instagram tersebut pernah mendapat kritikan dari beberapa mahasiswa IAIN Purwokerto pengguna instagram, baik disampaikan melalui pesan pribadi / direct message maupun lewat komentar di postingan. Karena admin / founder berasal dari organisasi ekstra kampus tertentu dan mereka menilai @kampusijo.pwt dikelola oleh kelompok yang tidak independen. Namun sejauh penelitian ini dilakukan, tidak ada konten di @kampusijo.pwt yang bernada provokasi atau membela suatu kelompok tertentu, justru mereka tetap objektif dalam menyajikan suatu berita atau informasi.

Adapun filosofi dinamakan @kampusijo.pwt karena terinspirasi dari gedung kampus yang dominan berwarna hijau. Selain itu penyebutan kampusijo akan lebih mudah dikenal dan sekaligus mengenalkan kepada khalayak umum. Akun instagram @kampusijo.pwt dibuat dengan tujuan terciptanya salah satu media berbagi antar mahasiswa tentang akademik, kegiatan-kegiatan, ataupun *lifestyle* mahasiswa.⁵⁹

Pada tahun 2020 IAIN Purwokerto baru hadir dengan akun instagram @iainpurwokerto.official yang beralih nama menjadi @uinsaizu_official yang dikelola oleh Humas kampus namun apabila dilihat dari konten yang disediakan pun masih masif dalam memberikan informasi kemahasiswaan. Mumtazun Fadli berharap dengan adanya @kampusijo.pwt yang sudah memiliki 15.300 pengikut tersebut dapat menjadi alternatif dalam mendapatkan informasi kemahasiswaan secara cepat dan efisien.

Berikut contoh informasi-informasi yang disediakan dalam instagram @kampusijo.pwt :

⁵⁹ Data hasil dokumentasi peneliti bersama Founder @kampusijo.pwt pada 08 Februari 2021



Unggahan pertama di feed @kampusijo.pwt pada tahun 2015



Informasi kejuaraan mahasiswa IAINPurwokerto pada tahun 2019



Informasi jalur pendaftaran mahasiswa baru

2. Visi dan Misi Akun Instagram @kampusijo.pwt

Akun Instagram @kampusijo.pwt merupakan media sosio sharing yang berfungsi sebagai media informasi akademik, kegiatan Mahasiswa dan hiburan.

Secara jelas, Visi dan Misi Instagram @kampusijo.pwt sebagai berikut:

VISI : Menjadi Penyedia Informasi Terhits untuk Kampus IAIN Purwokerto

MISI :

- Memberikan konten yang *up to date*, bervariasi dan mengikuti perkembangan zaman

B. Program Konten Instagram @kampusijo.pwt

Di dalam pengelolaan akun Instagram @kampusijo.pwt tidak memiliki jadwal posting (mengunggah berita) yang pasti, semua tergantung admin yang bertugas mencari konten.⁶⁰ Firman selaku admin menambahkan sebagai berikut :

“Setiap hari harus ada sih (posting konten), di story atau foto mahasiswa, info-info kampus. Seminggu minimal 4 kali (posting) di feed.”⁶¹

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Mumtazun Fadli, Founder @kampusijo.pwt, pada tanggal 28 Juni 2021

Konten di Instagram berbeda dengan konten pertelevisian atau radio yang mempunyai jam tayang terjadual. Jika akun Instagram *@kampusijo.pwt* ini meskipun ada target jumlah postingan dalam satu hari atau satu minggu, itupun tidak selalu bermuatan informasi kampus. Terkadang admin mengunggah postingan mahasiswa seputar *lifestyle*, kejuaraan (lomba), atau produk dari media partner.

C. Strategi Reportase Admin Instagram *@kampusijo.pwt* dalam Diseminasi Konten Mahasiswa

Strategi merupakan seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi / pikiran untuk membawa semua daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien, untuk mencapai tujuan mencari berita yang subjektif dan untuk mendapatkan suatu kebenaran, sehingga berita yang dihasilkan layak diangkat dan disiarkan. Sedang, strategi peliputan berita dalam sebuah media massa khususnya Instagram dilakukan oleh reporter. Adapun yang dimaksudkan dengan strategi diseminasi atau peliputan berita di *@kampusijo.pwt* ini adalah perencanaan yang dilakukan oleh reporter *@kampusijo.pwt* untuk mencari informasi, data, serta fakta yang akurat dan terpercaya yang dapat menunjang informasi pemberitaan yang diterbitkan oleh *@kampusijo.pwt*.

Strategi diseminasi atau peliputan berita yang diterapkan reporter *@kampusijo.pwt* tidak hanya terpaku dengan satu strategi saja, misalkan hanya dengan wawancara saja, karena apabila seorang reporter meliput berita hanya dengan satu strategi saja maka hasil peliputan tersebut dapat kurang dipercaya bagi pendengarnya.

2021 ⁶¹ Hasil wawancara dengan Firman, reporter dan admin *@kampusijo.pwt*., pada tanggal 15 Januari

Penulis mendapatkan beberapa strategi peliputan berita yang dilakukan oleh reporter @kampusijo.pwt. Berdasarkan teori yang telah dibahas pada bab dua, strategi yang dilakukan oleh reporter @kampusijo.pwt yaitu:

1. Strategi Riset Kepustakaan

Strategi riset kepubstakaan ini merupakan strategi yang paling sederhana dan paling utama yang dilakukan oleh reporter @kampusijo.pwt, karena strategi ini digunakan untuk membaca berbagai macam isu-isu dan wacana yang saat ini berkembang di sekitar kampus.

Dalam menyajikan informasi atau konten, seorang reporter juga harus melakukan riset atau penelitian terlebih dahulu. Dengan banyaknya riset yang dilakukan maka reporter akan mempunyai bahan konten yang banyak. Hal tersebut berguna bagi reporter untuk mengetahui data atau kejadian apa saja yang muncul, sehingga reporter dapat menyajikan konten sesuai kebutuhan mahasiswa.

IAIN PURWOKERTO

Strategi ini memanfaatkan sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitiannya. Tegasnya riset pustaka membatasi kegiatannya hanya pada bahan-bahan koleksi perpustakaan saja tanpa memerlukan riset lapangan.⁶² Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada di perpustakaan atau sumber dari internet yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan.⁶³

Reporter @kampusijo.pwt melakukan riset kepubstakaan dengan cara membaca website kampus, papan pengumuman di setiap fakultas, dan

⁶² Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2008), Hlm. 1-2, diambil dari https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=strategi+riset+kepubstakaan&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D_yzuWvLUrVgJ

⁶³ Milya Sari,dkk, *Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA*. Volume 6 No.1, 2020 (Padang : UIN Imam Bonjol) Hlm. 52

instagram kampus-kampus besar. Riset ini dilakukan agar reporter dapat mengetahui berita apa saja yang sedang trending di kalangan mahasiswa ataupun informasi kampus yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Seperti yang dijelaskan oleh Mumtazun Fadli selaku founder sebagai berikut:

“Informasi akademik diambil kebanyakan dari website atau tempat papan pengumuman di setiap fakultas. Informasi lebih sering diberikan oleh mahasiswa (panitia), lalu bekerja sama dengan pihak penyelenggara.”⁶⁴

Kemudian Firman selaku reporter sekaligus admin menambahkan sebagai berikut:

“Adapun sumber konten lain yang disediakan oleh @kampusijo.pwt seperti registrasi calon mahasiswa baru, diambil dari web / sosial media kementerian khusus langsung atau dari instagram kampus lain yang sudah besar kemudian informasi tersebut disinkronkan.”⁶⁵

Adapun sumber informasi perkampusan tidak selalu ada setiap hari layaknya informasi umum yang disiarkan di televisi atau radio. Maka admin @kampusijo.pwt mencari informasi selingan untuk diunggah di akun Instagramnya. Seperti dijelaskan oleh Firman, selaku admin @kampusijo.pwt sebagai berikut :

“Pernah kehabisan konten, tapi kalau kehabisan konten kita ambil dari postingan mahasiswa yang nge-tag kaya gitu... Min, ini HMJ ini mau ngadain ini, dipost dong. Kalau ada lomba-lomba, min ini mahasiswa ini ikut lomba. Kalau enggak, seminggu sekali si minjo update di snapgram “yang ingin info apa, ingin diupdate seputar kehidupan mahasiswa contohnya lomba-lomba, kegiatan HMJ, bisa DM atau WhatsApp”.”

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang tradisional sampai yang modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Untuk

2021 ⁶⁴ Hasil wawancara dengan Mumtazun Fadli, Founder @kampusijo.pwt., pada tanggal 08 Februari

2021 ⁶⁵ Hasil wawancara dengan Firman, reporter dan admin @kampusijo.pwt., pada tanggal 15 Januari

mengetahui informasi apa saja yang bisa dijadikan sebuah berita atau konten, reporter bisa menggunakan internet atau membaca berita dari media lain. Hal itu dilakukan agar seorang reporter memahami informasi yang akan disampaikan.

2. Strategi Rapat Agenda Setting

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, sebelum konten diunggah ke Instagram, admin dan founder melaksanakan rapat kecil atau briefing, baik secara langsung atau melalui *group whatsapp*. Tujuannya yaitu agar konten dapat disinkronkan dan layak dijadikan berita. Konten tidak hanya sebatas pada apa yang telah terunggah. Konten di media sosial yang disebarakan tersebut juga memungkinkan untuk berkembang dengan tambahan data, revisi informasi, komentar, sampai pada opini menyetujui atau tidak.⁶⁶ Seperti dijelaskan oleh Firman selaku admin, sebagai berikut :

*“iya rembugan dulu. Min ini aku bikin captionnya. Ada grup iya”.*⁶⁷

Kelayakan suatu berita yang dipublikasikan, setidaknya harus memiliki empat unsur. *Pertama* cepat, yakni aktual atau ketepatan waktu. *Kedua* nyata, yakni informasi mengenai sebuah informasi yang sebagaimana adanya. *Ketiga* penting, yakni informasi yang disampaikan merupakan kepentingan atau hajat hidup orang banyak. *Keempat* menarik, yakni informasi atau berita yang biasanya menarik perhatian orang. Entah itu bersifat menghibur (lucu), mengandung keganjilan, atau menggugah perasaan.⁶⁸

⁶⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017) Hlm. 33

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Firman, reporter dan admin @kampusijo.pwt, pada tanggal 15 Januari 2021

⁶⁸ Aulia Istiqayana, *Strategi Wartawan dalam Pencarian Berita pada Portal Berita Online Purbalingga Times*, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2019) hlm. 26-27

Teori ini dilakukan untuk menciptakan *public awareness* (kesadaran masyarakat) dengan menekankan sebuah isu yang dianggap paling penting untuk dilihat, didengar, dibaca, dan dipercaya di media massa.

Sebagaimana Rogers dan Dearing dalam *Agenda Setting Research* menyatakan bahwa fungsi agenda setting terdiri dari tiga bagian proses linier. Pertama, proses isu yang dibicarakan media, atau media agenda. Kedua, agenda media mempengaruhi atau berinteraksi apa yang publik pikirkan atau public agenda. Dan ketiga, publik mempengaruhi atau berinteraksi dengan pengambil kebijakan atau disebut policy agenda. Ini secara jelas menampilkan media memiliki *powerfull effect* atas agenda publik.⁶⁹

Kriteria umum nilai berita yang harus diperhatikan diantaranya adalah keluarbiasaan (*unusualness*) artinya berita adalah sesuatu yang luar biasa bukan peristiwa biasa, kebaruan (*newsness*) berita adalah semua yang terbaru, akibat (*impact*) hal yang berdampak luas, aktual (*timeliness*) Berita yang sedang atau baru terjadi, aktualisasi waktu dan masalah, kedekatan (*proximity*) Berita adalah sesuatu yang dekat, baik psikologis dan geografis, Informasi (*information*), konflik (*conflict*), Orang penting (*public figure*), kejutan (*suprising*) kejutan yang datangnya tiba-tiba, ketertarikan manusia (*human interest*), seks (*sex*).⁷⁰

Strategi ini digunakan untuk membahas dan menentukan berita apa saja yang terbaru dan berita yang nanti akan dishare melalui instagram @kampusijo.pwt.

⁶⁹ Iswandi Syahputra, "Ilmu Komunikasi: Tradisi, Perspektif dan Teori" . (Yogyakarta : Calpulis, 2016), Hlm.64

⁷⁰ Laila Nur Salsabila, *Strategi Reporter RRI Purwokerto dalam Peliputan Berita*, (Purwokerto : IAIN Purwokerto, 2018) Hlm. 78

Berita yang bermutu tentu terlahir dari suatu perencanaan yang baik dan matang. Liputan terduga selalu dimulai dari rencana liputan yang dihasilkan dari ruang redaksi, kemudian wartawan akan menindaklanjuti dengan melakukan peliputan baik secara individual maupun tim.⁷¹

Tetapi ketika ada suatu peristiwa insidental terjadi, peristiwa yang tiba-tiba terjadi atau peristiwa yang tidak terduga, maka reporter bisa saja meliput berita tanpa sesuai dengan tema berita yang sudah ditentukan pada rapat agenda setting.

3. Strategi Mempersiapkan Peralatan

Strategi ini juga penting untuk seorang reporter. Hal ini dikarenakan untuk menghindari kesalahan atau ketidaklengkapan berita. Perlengkapan yang harus disiapkan diantaranya yaitu bolpoin, blocknote, *smartphone* (untuk merekam audio / visual). Seperti yang dijelaskan oleh Firman selaku reporter @kampusijo.pwt:

“Paling kamera hape, kalau engga ya handycam. Kecuali kalo mau liputan di luar kampus baru bawa tripod biar lebih fokus sih. Jadi kondisional aja sih. Kalau liputan konser live / outdoor pake tripod.”

Salah satu bekal yang harus diperhatikan adalah mempersiapkan peralatan. Peralatan yang harus dibawa reporter pada saat peliputan yaitu *tape recorder, notes* atau buku, kamera, laptop, *flashdisk*.⁷²

Pesan melalui media tulisan atau cetakan dan media visual dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi.⁷³ Hal itu tentu akan memudahkan reporter dalam menyimpan data / rekaman suara narasumber

⁷¹ Laila Nur Salsabila, *Strategi Reporter...*, Hlm. 79

⁷² Fitriyah Dennis, *Bekerja Sebagai Wartawan*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007), hlm.44-45

⁷³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi ; Teori dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2017), Hlm. 37

pada saat wawancara, sehingga keterangan penting tersebut dapat disimpan dengan rapih dan dapat didengarkan berulang-ulang oleh reporter. Maka, dalam hal ini mempersiapkan peralatan yang dibawa reporter saat meliput berita merupakan hal yang tidak bisa ditinggalkan begitu saja. Karena dengan peralatan seperti *smartphone* atau *handicam* mampu menyimpan dokumentasi peliputan berita dengan baik.

4. Strategi Observasi

Sebagai seorang reporter, pekerjaannya tidak akan dapat dipisahkan dari pengamatan di lapangan. Begitu pula dengan reporter *@kampusijo.pwt* untuk menunjang data yang diperoleh, reporter *@kampusijo.pwt* sama halnya dengan reporter media lainnya juga melakukan pengamatan. Tujuannya adalah untuk mengetahui peristiwa yang baru terjadi atau sedang hangat diperbincangkan menjadi sebuah berita yang nantinya disajikan memuat fakta yang akurat dan terpercaya.

Strategi observasi yang dilakukan oleh reporter *@kampusijo.pwt* antara lain :

a. Observasi Langsung

Dalam strategi observasi langsung, reporter *@kampusijo.pwt* melakukan pengamatan langsung ke lapangan, kemudian mengamati, mencatat informasi penting kemudian mengunggah di instagram *@kampusijo.pwt*. seperti yang dijelaskan oleh Firman selaku reporter sekaligus admin sebagai berikut :

*"Nyari-nyari (informasi) itu pasti, siapa yang update, sumbernya...Kemarin kaya pas bulan kesenian yang ada ronggeng-ronggengnya itu,pake tripod live soalnya aku mau nonton terus aku di depan.."*⁷⁴

Mumtazun Fadli selaku founder menambahkan sebagai berikut:

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Firman, reporter dan admin *@kampusijo.pwt*, pada tanggal 15 Januari 2021

"Informasi akademik diambil kebanyakan dari website atau tempat papan pengumuman di setiap fakultas. Informasi lebih sering diberikan oleh mahasiswa (panitia), lalu bekerja sama dengan pihak penyelenggara."⁷⁵

Berdasarkan keterangan tersebut, menunjukkan bahwa reporter @kampusijo.pwt melakukan observasi secara langsung pada kegiatan peliputan berita mereka guna mendapatkan berita yang akurat dan dapat dipercaya kebenarannya.

b. Observasi Tidak Langsung

Observasi ini dilakukan oleh reporter ketika tidak bisa turun meliput atau mencari berita secara langsung. Maka yang dilakukan adalah dengan mencari informasi ke narasumber / rekan yang dianggap mumpuni di bidangnya dan mengetahui banyak tentang informasi tersebut. Strateginya melalui teman dekat yang berada di bidang peliputan. Masih dengan cara sembunyi-sembunyi / menyembunyikan identitas dikarenakan pengelola Instagram @kampusijo.pwt berasal dari organisasi ekstra kampus. Perbedaan organisasi ekstra kampus inilah yang dapat memicu perselisihan antar mahasiswa. Setelah mendapat informasi / hasil liputan baru diterbitkan di Instagram @kampusijo.pwt. Selain itu, reporter ditugaskan untuk meliput berita yang mana berita tersebut akan ikut diterbitkan di Instagram @kampusijo.pwt. Seperti yang dijelaskan oleh Firman selaku reporter sebagai berikut :

"caranya paling minta ke temen yang datang ke sana tuh minta fotoin (kejadian / kegiatan) kaya gitu. Nanya-nanya dia pasti tau kan infonya. Tapi ngakunya buat info sendiri bukan atas nama kampusijo. Apalagi kalo lagi di luar semua nih atau aku lagi di rumah."⁷⁶

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Mumtazun Fadli, Founder @kampusijo.pwt, pada tanggal 08 Februari 2021

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Firman, reporter dan admin @kampusijo.pwt, pada tanggal 15 Januari 2021

Dalam ranah peliputan strategi observasi dilaksanakan tergantung faktor situasi, yaitu pengamatan secara langsung atau tidak. Apabila memang situasi tidak memungkinkan untuk melaksanakan observasi langsung, maka reporter bisa menggunakan strategi observasi tidak langsung.

5. Strategi Wawancara

Teknik wawancara (interview) adalah teknik pencarian data/informasi mendalam yang diajukan kepada responden/informan dalam bentuk pertanyaan susulan setelah teknik angket dalam bentuk pertanyaan lisan. Teknik ini sangat diperlukan untuk mengungkap bagian terdalam (tersembunyi) yang tidak dapat terungkap lewat angket. Alat yang digunakan dalam teknik ini recorder, panduan wawancara, dan catatan penelitian.⁷⁷

Strategi ini merupakan hal terpenting dalam sebuah proses peliputan berita karena berhubungan dengan narasumber, karena narasumber merupakan sumber informasi utama yang harus didekati dan digali informasinya.

Wawancara harus merangkai untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu menjawab pertanyaan mengenai apa yang hendak diketahui oleh peneliti. Hal demikian ini penting sebab bila wawancara itu tanpa tujuan tidak akan menghasilkan sesuatu yang dapat digunakan di dalam penelitian. Melalui wawancara peneliti mengajukan sejumlah pertanyaan yang mana jawabannya diharapkan dapat mengungkap data yang sedang dicari.⁷⁸

Adapun wawancara yang digunakan oleh reporter @kampusijo.pwt, yaitu wawancara tidak terstruktur, dimana pertanyaan yang telah disusun disesuaikan dengan keadaan dan ciri yang unik dari informan dan pelaksanaan wawancara mengalir seperti percakapan sehari-hari. Pedoman

⁷⁷ Mahi M.Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2011) hlm. 79-80

⁷⁸ Yulius Slamet, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2019), hlm. 94-95

wawancara hanya menggunakan garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Seperti dijelaskan oleh Firman, selaku reporter dan admin @kampusijo.pwt, sebagai berikut :

“Kalo media partner nanti aku bilang suruhan minjo (admin kampus ijo) gitu, kepercayaannya gitu...tanya-tanyanya kaya ngobrol biasa, takutnya kalau tau aku jadi admin kampus ijo, takut ada yang suka ada yang enggak. Soalnya netizen kaya gitu sih, pernah udah ada yang tahu sebagian langsung nggak suka gitu.”⁷⁹

Hasil wawancara harus segera dicatat setelah selesai melakukan wawancara agar tidak lupa atau hilang. Dari berbagai sumber data, perlu dicatat mana data yang dianggap penting, tidak penting, dan data yang sama dikelompokkan. Hubungan satu data dengan data yang lain perlu dikonstruksikan sehingga menghasilkan pola dan makna tertentu.(Sugiono, 2009: 329).

IAIN PURWOKERTO

D. TANGGAPAN MAHASISWA TERHADAP @kampusijo.pwt

Berikut penulis lampirkan tanggapan dari beberapa mahasiswa terhadap keberadaan @kampusijo.pwt melalui wawancara via *WhatsApp* sebagai berikut :

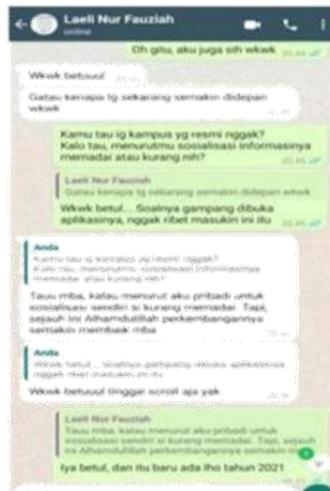
1. Laeli Nur Fauziah

Mahasiswi jurusan Bimbingan Konseling Islam (BKI) semester 9 ini mengaku lebih suka membaca dan mencari informasi kampus di Instagram @kampusijo.pwt, karena tampilannya yang ringkas dan lebih mudah difahami.

“Kalau aku pribadi lebih suka baca info lewat ig (instagram) mba. Soalnya lebih ringkas dan lebih mudah dipahami. Gatau kenapa ig sekarang semakin di depan wkwk”⁸⁰

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Firman, reporter dan admin @kampusijo.pwt, pada tanggal 15 Januari 2021

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Laeli Nur Fauziyah mahasiswi BKI via *WhatsApp*, Pada 13 Juli 2021



Meskipun keberadaan instagram kampus sudah diketahui banyak mahasiswa, namun sosialisasi informasi masih dinilai kurang memadai terlebih saat ini sudah resmi beralih status menjadi UIN. Disampaikan sebagai berikut :

*“Tau mba (instagram kampus), kalau menurut aku pribadi untuk sosialisasi sendiri si kurang memadai. Tapi sejauh ini Alhamdulillah perkembangannya semakin membaik mba. Baru berjalan beberapa bulan.. Harapannya untuk ig resmi kampus yaitu, semoga ke depannya bisa terus menjadi wadah informasi, aspirasi, dan rumah ternyaman yang berkaitan dengan informasi valid untuk mahasiswa UIN SAIZU Purwokerto. Sukses terus pokonya untuk ig kampus tercinta, ditunggu konten-konten bermanfaat lainnya”.*⁸¹

2. Mia Endika Rahma

Mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) semester 8 ini mengungkapkan bahwa dia lebih nyaman membaca informasi melalui instagram karena tampilannya yang simpel.

“ig mba, selain karena seringnya di ig soalnya lebih ke tampilan informasinya mba simpel di ig. Kalo menurut aku ya mba, dah lumayan informatif ig nya daripada tahun-tahun kemarin, apalagi mungkin sebelum pandemic ya. Maksudnya sekarang dah kaya sering upload aja. Dulu seringnya dapet

⁸¹ Hasil wawancara dengan Laeli Nur Fauziyah...

informasi dari ini (@kampusijo.pwt), karena kampus kasih informasi tapi ngga update ke ignya.⁸²



Menurutnya, tampilan di website dirasa kurang nyaman, kurang menarik dan tidak sebgus Instagram. Disampaikannya sebagai berikut :

"bukan ribet si mba kalo aku (mengenai website),tapi emang kurang nyaman karena tampilannya ngga sebgus ig, sama sedikit di design websitenya yang kurang menarik si. Makanya lebih tertarik baca di ignya aja si karena itu. Harapannya semoga ke depan ig kampus lebih bagus lagi, apalagi sekarang dah jadi UIN mau ada fakultas baru juga, semoga lebih informative. Kadang yang bikin ramai ig itu yang aku liat karena adminnya mau / ngajakin interaksi aktif sama followersnya, baik di comment ataupun fitur-fitur ig yang lain yang kita semakin banyak, ya pokoknya ngikutin perkembangan gitu."⁸³

3. Tansah Pinayungan Syafaat

Mahasiswa Pendidikan Agama Islam (PAI) semester 9. Dia mengungkapkan bahwa informasi yang disediakan oleh website dan @kampusijo.pwt memiliki perbandingan 50:50.

"Kalo aku pribadi belum terlalu familiar tentang @kampusijo.pwt, lebih baik langsung ke website terus juga karena website terbatas aku seringnya japri no hp yang ada di website. Ig kampus resmi aku malah ngga follow karena nggak tau. Lebih suka di website karena bisa lengkap, tapi kalo informasi terkait flowchart atau kegiatan utama kampus baiknya diupdate di website. Tapi untuk

⁸² Hasil wawancara dengan Mia Endika Rahma mahasiswi KPI via WhatsApp, Pada 13 Juli 2021

⁸³ Hasil wawancara dengan Mia Endika Rahma...

pengumuman dan pemberitaan yang incidental ig juga harus update. Makanya aku bagi dua..(50:50 terkait web dan ig).⁸⁴



⁸⁴ Hasil wawancara dengan Tansah Pinayungan Syafaat mahasiswa PAI via WhatsApp, Pada 14 Juli 2021

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini akan dipaparkan kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini, bagaimana strategi reportase admin *instagram @kampusijo.pwt* dalam diseminasi konten mahasiswa IAIN Purwokerto. Ada 5 strategi yang digunakan dalam meliput berita oleh Firman (Reporter *@kampusijo.pwt*), yaitu:

1. Strategi Riset Kepustakaan

Strategi ini dilakukan agar reporter dapat mengetahui isu-isu yang *up to date*, informasi yang saat ini sedang berkembang dan banyak disukai mahasiswa.

2. Strategi Rapat Agenda Setting

Strategi ini merupakan strategi yang digunakan reporter untuk menentukan permasalahan apa saja yang harus diungkap dan layak untuk diangkat, apakah peristiwa itu layak dijadikan berita dan sesuai tidak dengan kode etik jurnalistik.

3. Strategi Mempersiapkan Alat

Melalui strategi ini, reporter dapat lebih menyimpan semua data-data penting seperti hasil wawancara dari narasumber. Adapun peralatan yang perlu disiapkan diantaranya, smartphone yang berfungsi untuk merecord, notes, pulpen, dan handycam.

4. Strategi Observasi

Strategi ini dilakukan untuk mengumpulkan fakta mengenai apa yang sudah dilihat, didengar, dirasa oleh indera reporter di lokasi kejadian.

5. Strategi Wawancara

Melalui strategi ini, reporter dapat mengetahui kebenaran yang nyata dari narasumber yang kredibel yang nantinya memperkuat suatu data.

B. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan penulis terhadap dokumentasi dokumentasi admin instagram *@kampusijo.pwt*, serta wawancara yang dihasilkan baik langsung dari narasumber maupun terhadap narasumber yang ditunjuk. Serta dalam mempelajari per bab dari sebelumnya, maka saya selaku penulis yang meneliti tentang Strategi Komunikasi Admin Instagram *@kampusijo.pwt* dalam Diseminasi Konten Mahasiswa IAIN Purwokerto mencoba untuk memberikan saran kepada :

IAIN PURWOKERTO

1. Admin instagram *@kampusijo.pwt*

Harapannya, reporter / admin agar selalu bekerja dengan penuh kesabaran dan dedikasi dalam mendapatkan berita, meningkatkan daya kreatifnya lagi yang nantinya berita atau konten tersebut adalah kembali kepada mahasiswa.

2. Bagi peneliti selanjutnya

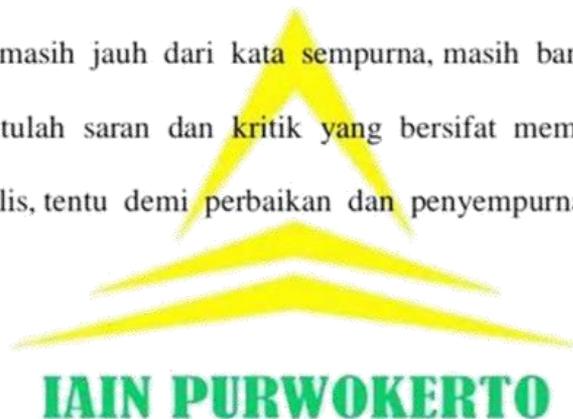
Penelitian selanjutnya yang akan meneliti tentang account instagram *@kampusijo.pwt* khususnya mengenai bidang pemberitaan, baik secara format acara maupun tentang adminnya, dibutuhkan kesabaran dan ketekunan dalam mencari data tentang penelitian yang dimaksud.

3. Bagi mahasiswa

Mahasiswa yang akan mencari informasi tentang akademik atau non akademik tetap mencari dengan berimbang. Seperti, website kampus atau instagram resmi kampus.

C. Kata Penutup

Seiring dengan ucapan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala, karena dengan hikmah serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan, untuk itulah saran dan kritik yang bersifat membangun adalah suatu harapan bagi penulis, tentu demi perbaikan dan penyempurnaan tulisan ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Asdi Mahatsa
- Arisma, Aulia Fitrotul. 2016. *Strategi Dakwah Komunitas One Day One Juz (ODOJ) di Cilacap*. Purwokerto: IAIN Purwokerto
- Arraniri, Iqbal. 2014. *Manajemen Strategi*. Sukabumi : Al Fath Zumar
- Dennis, Fitriyah. 2007. *Bekerja Sebagai Wartawan*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007
- Effendi, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Frinces, Helfin. 2007. *Perencanaan Bisnis, Business Plan, Konsep dan Implementasi Cet 1*. Jakarta: Mida Pustaka
- Hamidi, Luthfi, dkk. 2018. *Panduan Akademik Program Strata I (S.I)*. IAIN Purwokerto. Purwokerto: IAIN Purwokerto
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Hatta, Ahmad. 2011. *Tafsir Quran Perkata*. Jakarta: Maghfirah Pustaka
- Hidayat, Deddy Nur. 2004. *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Hidayat, Dasrun. 2012. *Komunikasi Antarpribadi dan Medianya*, Yogyakarta : Graha Ilmu
- Kurnia, Nurnaini. 2014. *Motivasi Berprestasi Mahasiswa Penyandang Tunadaska*, Thesis, Surabaya : UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Lexy, Moleong. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta : Prenada Media Grup
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Rahmi, Miftahul. 2018. *Manajemen Reportase Berita Politik Program Seputar Bandung Raya (Studi Deskriptif Pemilihan Umum Gubernur Jawa Barat di Bandung TV)*. Bandung : UIN Sunan Gunung Djati
- Roma Doni, Fahlepi. 2017. *Perilaku Penggunaan Media Sosial pada Kalangan Remaja*, Indonesian Journal on Software Engineering, Purwokerto: AMIK BSI
- Salsabila, Laila Nur. 2018. *Strategi Reporter RRI Purwokerto dalam Peliputan Berita*. Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto

- Silalahi, Ulber. 2012. Metode Penelitian Sosial. Bandung: Refika Aditama
- Slamet, Yulius. 2019. Pendekatan Penelitian Kualitatif. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata, Sumadi. 1994. Metodologi Penelitian. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Syahputra, Iswandi. 2016. Ilmu Komunikasi Tradisi, Perspektif dan Teori. Yogyakarta : Calpulis
- Tim Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2007 Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga. Jakarta : Balai Pustaka
- Rusdiana Wahyunita Sari. 2019. Reportase Pemberitaan Radio Elshinta Bandung: Studi Deskriptif Program Elshinta News and Talk. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati
- Widjaja, H.A.W. 2000. Ilmu Komunikasi Pengantar Studi. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Wijayanti, Apri. 2019. Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram. Purwokerto : IAIN Purwokerto
- Zamroni, Mohammad, 2009. Filsafat Komunikasi. Yogyakarta : Graha Ilmu
- <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/5880>
- <https://www.google.com/amp/s/www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial/amp>
- <https://www.google.com/amp/s/exrush.com/amp/kelebihan-dan-kekurangan-instagram-dibandingka-media-sosial-lainnya/>
- <https://www.dewaweb.com/blog/panduan-instagram-insight-post-dan-story-bagi-para-pemula/>
- <https://iainpurwokerto.ac.id>
- [http://eprints.walisongo.ac.id/3484/.](http://eprints.walisongo.ac.id/3484/)
- [http://repository.iainpekalongan.ac.id/94/.](http://repository.iainpekalongan.ac.id/94/)
- <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/97>
- <http://eprints.umm.ac.id/35141/3/jiptumpp-gdl-dwistyanin-46971-3-babii.pdf>
- <http://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2069>
- <http://digilib.uin.suka.ac.id/3125/>
- <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/5564>

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>

<http://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/102888/babI/analisis-pengaruh-user-experience-terhadap-kepuasan-pengguna-jejaring-sosial-instagram-di-kota-bandung-pada-tahun-2013.pdf>

<http://eprints.walisongo.ac.id/6462/3/BAB%2011.pdf>

<https://exrush.com/kelebihan-dan-kekurangan-instagram-dibandingkan-media-sosial-lainnya/>

<http://speed.web.id/jurnal/index.php/speed/article/view/626>

<https://kbbi.web.id/>

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-mahasiswa/>

http://simpuh.kemenag.go.id/regulasi/kepmendikbud_155_98.pdf

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=strategi+riset+kepuasan&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D_yzuWvLUrVgJ

<http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/15669>

IAIN PURWOKERTO

