



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**DAYA JANGKAU DAN INTERAKTIVITAS PADA  
BERITA DEKLARASI PENCALONAN PRESIDEN  
DAN WAKIL PRESIDEN 2019 DI INSTAGRAM  
(STUDI KASUS AKUN INSTAGRAM HARIAN  
KOMPAS, KOMPASCOM, KOMPASTV)**



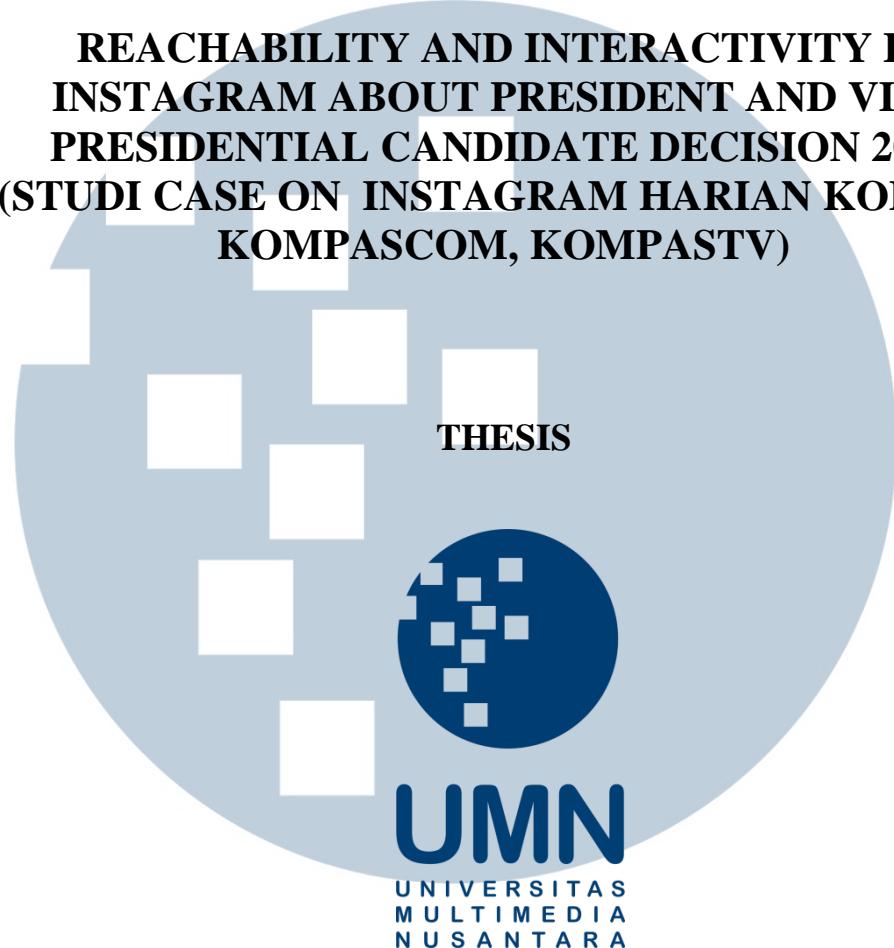
Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Mutiara Angeline

14140110405

U N I V E R S I T A S  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
M U L T I M E D I A  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
N U S A N T A R A  
TANGERANG  
2018

**REACHABILITY AND INTERACTIVITY IN  
INSTAGRAM ABOUT PRESIDENT AND VICE  
PRESIDENTIAL CANDIDATE DECISION 2019  
(STUDI CASE ON INSTAGRAM HARIAN KOMPAS,  
KOMPASCOM, KOMPASTV)**



Submitted as Requirements to Earn  
Communication Degree (S.I.Kom)

Mutiara Angeline

14140110405

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

**MULTIMEDIA JOURNALISM DEPARTEMENT**

**FACULTY OF COMMUNICATION SCIENCE**

**MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY**

**TANGERANG**

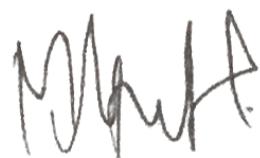
**2018**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 November 2018



Mutiara Angeline Kantate

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul

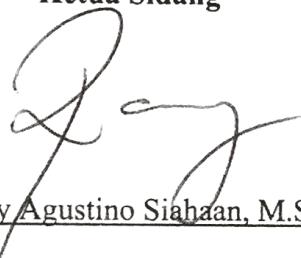
“Daya Jangkau dan Interaktivitas Pada Berita Deklarasi Pencalonan Presiden dan  
Wakil Presiden 2019 di Instagram  
(Studi Kasus Akun Instagram Harian Kompas, Kompascom, Kompastv)”

oleh

**Mutiara Angeline Kantate**

telah diujikan pada 29 Oktober 2018, pukul 14.00 s.d. 15.30 dan  
dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**



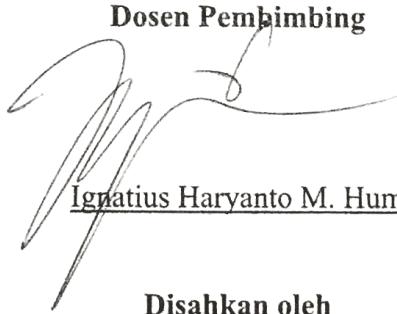
Rony Agustino Siahaan, M.Si.

**Penguji Ahli**



Dr. B. Guntarto, M.A.

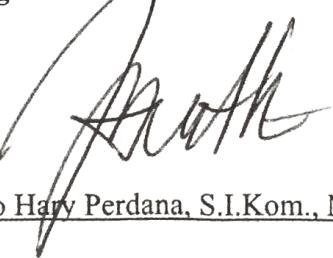
**Dosen Pembimbing**



Ignatius Haryanto M. Hum

Disahkan oleh

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN**



Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME karena atas penyertaan-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Daya Jangkau dan Interaktivitas dalam Instagram Harian Kompas, Kompascom, Kompastv (Studi Kasus Pada Berita Deklarasi Pencalonan Presiden dan Wakil Presiden 2019)”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan masukan dari beberapa pihak. Dengan berakhirnya proses penulisan proposal penelitian ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan YME yang selalu menguatkan dan menyertai penulis selama proses perkuliahan hingga penulisan skripsi ini;
2. Orang tua dan adik-adik penulis yang selalu memberi dukungan moral dan material selama proses penulisan skripsi ini;
3. Bapak Ignatius Haryanto , selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dan memberikan waktu, saran, serta dukungan;
4. Teman – teman Allogio yang memberikan support dan bantuan selama proses penulisan;
5. Lydia, Felicya, dan teman-teman hangers lainnya yang selalu siap sedia untuk menemani penulis;

6. Serta seluruh teman-teman Jurnalistik 2014 yang selalu mendukung satu sama lain.

Demikian skripsi ini penulis susun dengan harapan dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca. Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dari segi penulisan atau kata-kata yang tertulis, maka penulis membuka segala kritik dan saran untuk menyempurnakan laporan ini.



## ABSTRAK

**Daya Jangkau dan Interaktivitas Pada Berita Deklarasi Pendeklarasi Presiden dan Wakil Presiden 2019 di Instagram (Studi Kasus Akun Instagram Harian Kompas, Kompascom, Kompastv”)**

Oleh : Mutiara Angeline Kantate

Kompas membangun media baru dengan melakukan proses digitalisasi dan konvergensi. Kompas menyadari adanya perubahan dalam *audience* sehingga kompas akan terus berkembang seiring dengan perkembangan jaman. Jurnalisme daring di Kompas saat ini telah memasuki rambah media sosial khususnya Instagram. Produk Kompas Gramedia yang memiliki akun media instagram adalah Harian Kompas, Kompascom, dan Kompastv.

Penggunaan media sosial Instagram menarik adanya daya jangkau dan interaktivitas yang terbangun pada akun media sosial tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan fokus penelitian pada paradigma konstruktivis, metode analisis yang digunakan yaitu studi kasus model Robert E Stake.

Pada hasil penelitian ini ketiga akun media sosial tersebut memiliki jumlah *followers* dan *post* yang beragam. Jumlah *likes* dan komentar dari *post* yang didapatkan pada berita yang disebarluaskan. Media sosial instagram kompascom mendapatkan lebih banyak interaksi pada likes dan komentar sedangkan pengikut terbanyak dari ketiga akun tersebut adalah kompastv.

*Kata kunci:* New Media, Instagram, Daya jangkau, Interaktivitas  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## ABSTRACT

***Reachability And Interactivity In Instagram About President And Vice Presidential Candidate Decision 2019  
(Studi Case On Instagram Harian Kompas, Kompascom, Kompastv)***

***By: Mutiara Angeline Kantate***

*Kompas builds new media by conducting digitization and convergence processes. Kompas realizes that there are changes in the audience so that the their will continue to develop along with the times. Online journalism at Kompas has now entered social media, especially Instagram. Kompas Gramedia products that have Instagram media accounts are Harian Kompas, Kompascom, Kompastv. The use of Instagram social media attracts the reach and interactivity that is built on these social media accounts. This study uses a qualitative approach and the focus of research on the constructivist paradigm, the analytical method used is a case study of the Robert E Stake model.*

*In the results of this study the three social media accounts have a diverse number of followers and posts. Number of likes and comments from posts obtained on the news that was distributed. Kompascom Instagram social media gets more interaction with likes and comments while the most followers from the three accounts are Kompastv.*

**Keywords:** New Media, Instagram, Reach, Interactivity

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	x

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
1.6 Keterbatasan Penelitian .....	13

### BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Konsep yang digunakan .....	19

2.2.1 Konvergensi media .....	19
2.2.2 <i>New Media</i> .....	22
2.2.2.1 Media Sosial .....	21
2.2.2.1.1 Karakteristi Media sosial .....	25
2.2.2.1.2 Daya Jangkau .....	30
2.2.2.2 Instagram .....	30
2.2.3 Berita Politik .....	31
2.3 Kerangka Pemikiran .....	34

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Jenis Penelitian.....	37
3.3 Metode Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	43
3.4.1 Dokumen .....	43
3.4.2 Observasi .....	44
3.5 Keabsahan Data .....	44
3.5.1 Triangulasi .....	44
3.6 Teknik Analisis Data.....	45

### **BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN**

4.1 Gambaran Umum Subjek dan Objek Penelitian	
4.1.1 Profil Perusahaan .....	47

4.1.2 Instagram Kompas .....	49
4.2 Hasil Penelitian .....	49
4.3 Pembahasan.....	60
4.3.1 Konvergensi Media Kompas.....	61
4.3.2 Penerapan <i>new media</i> di Harian Kompas, Kompas.com, dan Kompas TV .....	65
4.3.2.1 Media Sosial Instagram Harian Kompas, Kompas.com, dan Kompastv .....	66

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	72
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Saran Akademis .....	73
5.2.2 Saran Praktis .....	73

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

1.1 Tampilan Instagram Harian Kompas .....	5
1.2 Tampilan Instagram Kompascom .....	6
1.3 Tampilan Instagram Kompascom .....	7
1.4 Berita Instagram Kompastv.....	10
1.5 Berita Instagram Harian Kompas.....	10
1.6 Berita Instagram Kompascom.....	11
2.1 Berita Instagram Kompas TV .....	33
2.2 Berita Instagram Harian Kompas.....	33
2.3 Berita Instagram Kompacom .....	34
4.1 Followers Instagram Harian Kompas.....	50
4.2 Followers Instagram Kompascom .....	51
4.3 Followers Instagram Kompastv .....	52
4.4 Contoh Komentar .....	60
4.5 Konten Instagram Harian Kompas .....	63
4.6 Konten Instagram Kompascom.....	64
4.7Konten Instagram Kompastv .....	64
4.8 Profil Instagram Harian Kompas .....	68

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
3.1 Penjajaran dari Tiga Pendekatan Studi Kasus.....	38
4.1 Followers dan Post Kompas periode mei dan september 2018.....	52
4.2 Daya jangkau Kompastv .....	53
4.3 Daya Jangkau Harian Kompas .....	55
4.4 Daya Jangkau Kompascom .....	57
4.5 Jumlah Komentar .....	59



## DAFTAR BAGAN

2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
-----------------------------	----

